

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO

CARRERA:
COMUNICACIÓN SOCIAL

Trabajo de titulación previo a la obtención del título:
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:
MODELO DE GESTIÓN COMUNICATIVA PARA LA COORDINACIÓN DE
SEGUIMIENTO A GRADUADOS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL,
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

AUTORA:
MARÍA VICTORIA MONTESDEOCA CEDEÑO

DIRECTOR:
MAURO ALONSO RUIZ VINUEZA

Quito, marzo de 2021

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, María Victoria Montesdeoca Cedeño con CI: 131349026-8 manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autora del trabajo de grado/titulación intitulado: “Modelo de gestión comunicativa para la coordinación de seguimiento a graduados de la carrera de comunicación social, Universidad Politécnica Salesiana”, mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de Licenciada en Comunicación Social en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.



María Victoria Montesdeoca Cedeño

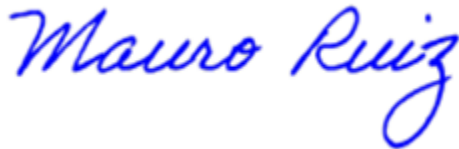
131349026-8

Quito, marzo del 2021

Declaratoria de coautoría del docente tutor/a

Yo declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el trabajo de titulación: “Modelo de gestión comunicativa para la coordinación de seguimiento a graduados de la carrera de comunicación social, Universidad Politécnica Salesiana” realizado por María Victoria Montesdeoca Cedeño, obteniendo un artículo que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana, para ser considerado como trabajo final de titulación.

Quito, marzo del 2021



Msc. Mauro Alonso Ruíz Vinuesa

1708071046

CARTA DE AUTORIZACIÓN SOBRE EL USO DE INFORMACIÓN

Quito, 13 de enero del 2021

Yo, Narcisa Medranda Morales, con cédula de identidad N° 0916218035 en calidad de ex Coordinador del área de Seguimiento a Graduados carrera de comunicación, Universidad Politécnica Salesiana autorizo a la egresada María Victoria Montesdeoca Cedeño con cédula de identidad N° 1313490268 a utilizar la información proporcionada en entrevista telemática el 9 de diciembre del 2020 y la utilice con los fines académicos pertinentes.

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Narcisa Medranda Morales', with a stylized flourish at the end.

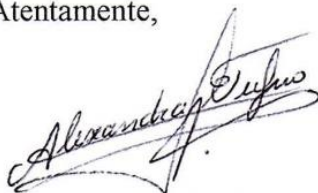
Narcisa Medranda Morales
CI. 0916218035

CARTA DE AUTORIZACIÓN SOBRE EL USO DE INFORMACIÓN

Quito, 13 de enero del 2021

Yo, Alexandra Verónica Tufiño Zapata con cédula de identidad N° (1712418381) en calidad de Técnica del área de Seguimiento a Graduados de la Sede Quito, Universidad Politécnica Salesiana autorizo a la egresada María Victoria Montesdeoca Cedeño con cédula de identidad N° 1313490268 a utilizar la información proporcionada en entrevista telemática el 10 de diciembre del 2020 y la utilice con los fines académicos pertinentes.

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Alexandra Verónica Tufiño Zapata', with a stylized flourish at the end.

Alexandra Verónica Tufiño Zapata

1712418381

CARTA DE AUTORIZACIÓN SOBRE EL USO DE INFORMACIÓN

Quito, 13 de enero del 2021

Yo, PATRICIA SOFÍA VILLAGÓMEZ RODRÍGUEZ con cédula de identidad N° 1715492425 en calidad de haberme desempeñado como Responsable del área de Seguimiento a Graduados en años anteriores en la Carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana autorizo a la Sra. María Victoria Montesdeoca Cedeño con cédula de identidad N° 1313490268 a utilizar la información proporcionada en la entrevista telemática el 9 de diciembre del 2020 y la utilice con los fines académicos pertinentes relacionados con su trabajo de titulación.

Atentamente,



Nombres PATRICIA SOFÍA VILLAGÓMEZ RODRÍGUEZ

Identificación. 1715492425

CARTA DE AUTORIZACIÓN SOBRE EL USO DE INFORMACIÓN

Quito, 13 de enero del 2021

Yo, Patricio Iván Rosas Flórez con cédula de identidad N° 1713392064 en calidad de ex Coordinador del área de Seguimiento a Graduados carrera de comunicación, Universidad Politécnica Salesiana autorizo a la egresada María Victoria Montesdeoca Cedeño con cédula de identidad N° 1313490268 a utilizar la información proporcionada en entrevista telemática el 9 de diciembre del 2020 y la utilice con los fines académicos pertinentes.

Atentamente, _____



Msc. Patricio Iván Rosas Flórez

CI: 1713392064

Dedicatoria

Este trabajo de investigación va dedicado a mi familia, mis padres Pablo y Mirian por ser pilar fundamental en mi vida, a mi esposo Verdi por ser apoyo constante durante los momentos difíciles, pero sobre todo a mis hijos Tadeo y Paula mi motivación para superarme día a día.

Victoria Montesdeoca

Agradecimiento

A mis docentes por su dedicación, entrega y profesionalismo al impartir sus conocimientos, pero sobre todo por inculcarnos valores para el desarrollo de nuestra vida profesional que nos permiten ejercer de manera responsable y honesta. Especialmente a Mauro Ruíz por su orientación durante la investigación realizada.

Victoria Montesdeoca

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	01
Objetivo general.....	03
Objetivos específicos.....	04
La comunicación como intermediario en la calidad de la educación.....	05
METODOLOGÍA.....	13
RESULTADOS.....	19
CONCLUSIONES.....	65
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	69
ANEXOS.....	74

Índice de Anexos

Anexo 1:	74
Anexo 2:	77
Anexo 3:	78
Anexo 4:	80
Anexo 5:	8282
Anexo 6:	84
Anexo 7:	85
Anexo 8:	87
Anexo 9:	88
Anexo 10:	9191
Anexo 11:	922
Anexo 12:	95
Anexo 13	96
Anexo 14	101
Anexo 15:	104
Anexo 16	107
Anexo 17	107
Anexo 18	108
Anexo 19	108

RESUMEN

La investigación está centrada en un modelo de gestión comunicativa para el área de Seguimiento a Graduados de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana a través de su objetivo general que es crear estrategias de comunicación con el propósito de atraer a los exalumnos de la carrera hasta el centro de estudios. Así se pretende tener mayor alcance voluntario en las diferentes actividades que el área realiza como graduados al aula, graduados en el extranjero y convenios con las organizaciones donde los profesionales ejercen y crean nexos institucionales para los estudiantes actuales mediante la bolsa de empleo.

Se realizaron entrevistas a los diferentes involucrados en esta área donde exponen el rol que cumplen para el correcto desempeño de seguimiento a graduados de manera interna como externa, ellos además aportaron ideas y sugieren desde su perspectiva mejoras que consideran se deben realizar para obtener mejores resultados.

Finalmente, a través de una encuesta digital se evidencia la falta de compromiso con la institución, y la cual permitió plasmar mediante una matriz las estrategias de comunicación que el área de seguimiento a graduados puede utilizar para mejorar su relación con los estudiantes desde el proceso de formación y posteriormente con los profesionales estrechar vínculos cercanos que los atraigan al centro de estudios.

Palabras clave: seguimiento a graduados, comunicación organizacional, estrategias de comunicación, calidad de la educación, universidad.

ABSTRACT

This research is focused in a proposal of communicative management model for the area of Seguimiento a Graduados from Social Communication Studies of the Universidad Politécnica Salesiana. The main objective is to create communicational strategies in order to increase the number of graduated students who can utilize the services of this studies center. The final purpose is to increase the voluntary participation around the different activities done by this office, such a classroom graduates, foreign graduates and organizational conventions where the professionals exert their functions. Another activity of this area is to establish institutional links for the current students by a job market.

For this research were done interviews with people who follow-up ex-students, who were able to describe which role, play them, as well as, some improvements planned for the future.

Finally, by a digital survey, this research demonstrates a lack of institutional commitment. It will be reflected through a matrix of communication strategies that the graduate monitoring area can use to improve its relationship with students from the training process and later with professionals to strengthen close ties that attract them to the university.

Keywords: follow-up to graduates, organizational communication, communication strategies, quality of education, university.

INTRODUCCIÓN

La Universidad Politécnica Salesiana, como centro de educación superior ha desempeñado su gestión durante 25 años, lo cual ha permitido profesionalizar a miles de ciudadanos. Sin embargo, es necesario ver el desempeño de sus alumnos en el campo laboral, y qué modificaciones se deben corregir desde la academia para mejorar.

Efectuar el seguimiento a graduados en pleno siglo XXI corresponde no solo a conocer los estándares profesionales de los exalumnos, sino que además es una normativa que deben cumplir todos los centros de educación superior y se encuentra estipulado en la ley, dándole la importancia que requiere pues se ha convertido en uno de los requisitos para el aval y funcionamiento de la universidad.

De acuerdo con la normativa legal el artículo 142 de la Ley Orgánica de Educación Superior LOES menciona

Todas las instituciones del sistema de educación superior, públicas y particulares, deberán instrumentar un sistema de seguimiento a sus graduados y sus resultados serán remitidos para conocimiento del Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior. (Ley 0, 2018)

En el Reglamento General de la Ley Orgánica de Educación Superior el artículo 26.- Del sistema de seguimiento a graduados. – “La Senescyt diseñará los procedimientos necesarios para que las instituciones de educación superior instrumenten un sistema de seguimiento a graduados, el cual será parte del SNIESE”. (Decreto Ejecutivo 865, 2011)

Y en el Art. 11 del Estatuto de la Universidad Politécnica Salesiana determina como Unidad Técnica de Apoyo a la Unidad de Seguimiento a Graduados. (Universidad Politécnica Salesiana, 2015) Considerando también que el Art. 3 El Sistema de Seguimiento a graduados. – “La UPS

implementa el sistema de seguimiento a graduados a través de la Secretaría Técnica, y las Direcciones Técnicas de Vinculación con la Sociedad de Sede, como instancias operativas de la Unidad de Seguimiento a Graduados de la UPS”. (Universidad Politécnica Salesiana, 2015)

El centro de estudios cuenta con la Dirección Técnica de Seguimiento a Graduados a nivel nacional y Coordinaciones Académicas en cada Campus, esta dirección está relacionada con la Coordinación de Vinculación a la Sociedad, que a su vez se encarga de realizar el Seguimiento a Graduados, Formación Continua, y Bolsa de Trabajo, cada una de estas funciona de manera independiente.

En el Art. 17 especifica que la Formación Continua y Actualización

Son propuestas académicas, organizadas como respuesta a demandas específicas de la comunidad, o alternativas de formación desde las unidades académicas previa investigación de necesidades de la sociedad, conducentes a la capacitación y actualización del talento humano interno y externo en la Universidad. (Universidad Politécnica Salesiana, 2012)

Por otra parte, en el capítulo VII de la Vinculación con el mercado laboral, el artículo 23 de la Bolsa de Trabajo establece “es un programa orientado a servir de enlace entre las empresas, el medio externo y los graduados de la UPS” (Universidad Politécnica Salesiana, 2015).

Y el indicador Seguimiento a graduados

Busca verificar si la carrera cuenta con un proceso que permita monitorear periódicamente la evolución profesional de los graduados de la carrera, con el objetivo de identificar las posibles mejoras que se puedan introducir en el Perfil de Egreso, el Perfil Profesional y el Currículo. (Universidad Politécnica Salesiana, 2015)

Los resultados de estos estudios deben ser dados a conocer a la comunidad académica, en particular a los estudiantes de la carrera. La evidencia debe corresponder al período de evaluación: último año anterior o esta.

Es una fuente importante de retroalimentación, en tanto que permite a la universidad conocer dónde y cómo está ubicado, su rol social y económico y la forma de reflejar los valores adquiridos durante su formación académica (Morales, Aldana, Sabogal & Ospina, 2008), aspectos que dan cuenta de la pertinencia de los programas y currículos de las Instituciones de Educación Superior. (IES) (Aldana, Morales, Sabogal, & Ospina, 2008) (Navarro-Espinosa & Jalón de Santis, 2018)

En cada área existe un responsable, en la carrera de Comunicación Social la coordinación de Vinculación con la Sociedad está a cargo de la Mg. Patricia Villagómez, de Formación Continua a cargo de Mg. Yadis Vanesa Vanegas, de Prácticas Preprofesionales el magíster docente Nelly Valbuena, y Seguimiento a Graduados y Bolsa de trabajo por el docente Mg. Mauro Ruíz. Cabe mencionar que Seguimiento a graduados y Bolsa de trabajo son dos áreas diferentes, que por cuestiones de costos y para vincular las actividades que se realizan en ambas áreas el docente responsable en coordinación con la Dirección Técnica aprobaron que sea liderada por el mismo encargado.

En una entrevista previa realizada con el coordinar de ambas áreas, manifiesta la complejidad de realizar un proceso homogéneo al que se efectúa, existen limitaciones institucionales económicas, humanas y técnicas que impiden desarrollar una gestión comunicacional basada en las relaciones públicas. Ratifica que estas actividades mejorarían el contacto con los ex alumnos de la carrera, servirían para centralizar la información y fortalecer el sentido de pertenencia entre los estudiantes y el centro universitario. Debido a esto surge el interrogante ¿las estrategias de comunicación mejorarán los flujos y circuitos comunicacionales de la Coordinación de Seguimiento a Graduados? Con esta pregunta de investigación se establecen los siguientes objetivos.

Objetivo general

Elaborar estrategias comunicacionales para el área de Seguimiento a Graduados con el propósito de mejorar la comunicación con los exalumnos.

Objetivos específicos

Los objetivos específicos propuesto son:

1. Realizar un diagnóstico de los procesos comunicacionales que emplea el área de Seguimiento a Graduados.
2. Optimizar el flujo de la información, entre los exestudiantes y responsables del área de Seguimiento a Graduados.
3. Aplicar una matriz técnica y metodológica para elaborar estrategias de comunicación.

La comunicación como intermediario en la calidad de la educación

Para una mejor descripción del problema planteado es fundamental aproximarse a conceptos y categorías que permitan establecer la directriz teórica de esta investigación como también a experiencias institucionales similares, pero con características diferentes.

Por lo tanto, se debe mirar la comunicación como la acción de intercambiar información según Mora y Araujo, y en conjunto con la información “constituyen elementos estratégicos para el desarrollo de las organizaciones contemporáneas” (Rodríguez Cruz & Del Pino Más, 2017) facultando las relaciones interpersonales entre un grupo.

Entendido que la comunicación desde el área organizacional “permite interactuar de forma estratégica ante la necesidad de establecer organizaciones más dinámicas frente a los cambios, generando nuevas formas de actuar, consolidando su cultura con metas claras, a partir del compromiso de sus colaboradores de manera real y espontánea” (Nivia & Fajardo, 2016), porque la comunicación es catalogada por Mora y Araujo como “un servicio hacia adentro y hacia afuera de la organización” (Nivia & Fajardo, 2016) en el cual el rol principal para la gestión de la comunicación organizacional es:

La búsqueda de integración de los procesos comunicativos de las organizaciones, pero no apuntando hacia la homogeneidad entre ellos, lo que además de imposible sería improcedente, sino a partir de su coordinación, y la eliminación o disminución al máximo posible de la aleatoriedad, la improvisación y el espontaneísmo, en la realización de actividades comunicativas. (Rodríguez Cruz & Del Pino Más, 2017)

Las organizaciones realizan la gestión de la comunicación para “desarrollar competencias comunicativas para el progreso personal y grupal de los miembros de la organización y favorecer el diseño de una estrategia al respecto”. (Cient, 2001) valiéndose de los procesos organizacionales que cumplen etapas para el eficiente desarrollo.

También es necesario el enfoque estratégico en la comunicación, porque “se puede decir que lo “estratégico” sirve para lograr objetivos y “comunicación” sirve para cohesionar, educar, informar y persuadir. Funciones que pueden ser usadas todas a la vez, por separado o agrupadas”(Sapien Aguilar et al., 2019)

Por tanto, la gestión de la comunicación involucra a la comunicación interna y externa, donde ambas cumplen un rol fundamental. (Cruz Batista, 2012) en su artículo Posiciones Teóricas en torno a la comunicación organizacional para la Universidad de Tunas cita a Lacasa, Antonio (1998) quién realiza una definición de la comunicación interna, donde los flujos comunicacionales son la base para su estudio:

Su conocimiento permite comprender la estructura organizativa de la empresa y adecuar las herramientas e instrumentos necesarios propiciados por la direccionalidad. Podemos distinguir tres tipos de comunicación interna: la horizontal, la transversal y la vertical, esta última, a su vez, puede ser descendente o ascendente. (Cruz Batista, 2012)

De igual manera Gerardo Porillo en su artículo La Comunicación Externa en Universidades Privadas con Estudios a Distancia en Pregrado publicado en Redalyc realiza una síntesis sobre la opinión de varios autores referente a la comunicación externa. Citando a Esteban Águeda y otros (2008) define a la comunicación externa “como la transmisión de información fuera de la empresa, destinada a los públicos externos de la organización (consumidores, distribuidores, prescriptores, prensa, grupos de interés, entre otros)”. Así mismo la compara con la comunicación masiva y en conjunto con Miguel Sanz y otros (2005) afirma que:

la comunicación masiva emite la organización, definiéndola como aquella que se origina en la corporación y tiene como destinatario a sujetos ajenos a la misma. Ésta adapta diferentes formas y puede hacer uso de diferentes herramientas e instrumentos de comunicación, dependiendo de la finalidad perseguida y a la naturaleza y características del mensaje a emitir, determinando el proceso los destinatarios o emisores de este. (Portillo Ríos, 2012)

Mientras tanto se debe recalcar que la comunicación externa, requiere mayor difusión para poder realizar el proceso comunicativo externo. La comunicación externa debe orientarse desde dos

perspectivas, la primera enfocada desde la universidad hacia los futuros estudiantes: como la propaganda en redes sociales y medios de comunicación, participación activa en ferias estudiantiles para captar nuevos interesados; y desde las facilidades y ventajas a obtener al ser un estudiante y luego graduado salesiano como las asignaturas en la malla curricular, la participación constante en laboratorios, disponibilidad de los medios de comunicación de la universidad para los diferentes programas de vinculación con la colectividad y los reconocidos comunicadores sociales de la UPS que existen en el mercado.

Ahora bien, es importante antes de realizar cualquier tipo de actividad, planificar y como dijo Edward Bernays (1966) “implica la estrategia, organización en que las actividades son coordinadas y adaptadas a las realidades de la situación”. (Martin, 2007). En el caso de Roberto Avilya Lammertyn (1997, p. 181) lo denomina planteamiento y lo cataloga como:

Una especie de “mapa” que permite “sistematizar, dar congruencia, coordinación y orden a las acciones comunicativas. Determinamos qué realizar, considerando los objetivos (que sean realizables, posibles), los niveles de responsabilidad (quiénes crean, aprueban y realizan las estrategias, quiénes los programas de detalle, quiénes los programas de rutina), las etapas o metas (hitos a alcanzar), el horizonte de planeamiento (plazos). En tanto que trazar estrategias sirve para definir objetivos y métodos, la planificación prepara y optimiza los recursos para lograr metas y objetivos a un nivel personal, operacional, organizacional y estratégico para la ventaja competitiva y para la mejora del funcionamiento del sistema y para elevar la calidad de vida del individuo (al enseñarle habilidades de uso de la información, de las que la gestión de información constituye una, para convertirse en un ciudadano global). (Martin, 2007)

Planificar la comunicación es el primer paso en el proceso organizacional y “requiere contar con un pensamiento estratégico que permita diagnosticar, predecir, imaginar y plantear un programa integrado de acciones que apoyen los procesos de dirección de las organizaciones”. (Ceballos, 2020) esto permite ser asertivos en la toma de decisiones, cumplimiento de objetivos y la ejecución de estrategias orientadas a la solución de problemas reales a nivel interno y externo.

Es importante mencionar que la planificación estratégica es amplia y abarca a la institución en general

En donde el plan de comunicación va más allá de contener una serie de estrategias, actividades y acciones construidas por los altos mandos, deben ser procesos contruidos desde los actores, reconocer sus “contextos, tramas y escenarios para la construcción de objetivos conjuntos. (Apolo, Murillo y García, 2014:23) (Apolo Buenaño, Aliaga Sáez, & González, 2015)

Y dando validez a la conclusión de Diego Apolo y demás autores en el artículo Reflexiones y propuestas en torno a comunicación, estrategias y planificación en instituciones

La noción de estrategias y planeación, como dos procesos que hacen que la comunicación se establezca como un proceso analítico investigativo que permita mejorar la eficiencia y eficacia para su gestión dentro de las instituciones. (Apolo Buenaño, Aliaga Sáez, & González, 2015)

Profundizando en lo que corresponde a estrategias de comunicación los autores Fernández y Batista citan en su artículo Estrategias de Comunicación interna para la gestión del conocimiento sobre desarrollo sostenible en la zona de defensa de la sierrita, municipio Cumanayagua de la revista Scielo a Carlos Núñez quien hace referencia que:

Las estrategias de comunicación son la esencia de soñar el futuro que se puede construir. Es un camino que tiene que conducir en un sentido previsto a la voluntad del hombre hacia el logro de objetivos generales permisibles a las modificaciones de la realidad. (Fernández Hernández & Batista Quintero, 2016)

Corresponde a una serie de actividades interrelacionadas entre sí, que conllevan al trabajo en equipo, democratización de las decisiones para el cumplimiento de los objetivos. En el cual se involucra también el circuito comunicacional.

Cada uno de los aspectos teóricos tratados en este artículo tienen como finalidad obtener una verdadera calidad de la educación:

Para los estudiantes, la calidad es un sinónimo de excelencia y se verá reflejado en las competencias adquiridas o desarrolladas en la universidad que soporten su desempeño profesional, mientras que, para las instituciones privadas, la calidad se evaluará, en principio, como retorno de la inversión y <<marca institucional>>; y en las instituciones públicas, la calidad es alcanzar la mayor cobertura de la educación superior a un menor costo. (Garzón Castrillon, 2018)

Finalmente, todos estos conceptos teóricos abordados durante el presente trabajo permitirán identificar cada uno de los actores que incurren en el desarrollo de esta investigación y las diversas características que se deben considerar para la planificación y desarrollo de las estrategias, pero

sobre todo para obtener a través del área de seguimiento a graduados una verdadera calidad de la educación.

El proceso de seguimiento a graduados es un trabajo que desarrollan todas las universidades del país, considerando que se encuentra como normativa legal para el funcionamiento de los centros de educación superior, y busca mejorar la calidad de la educación permitiendo agilizar la toma de decisiones, es necesario una lectura crítica de trabajos investigativos previos que otras instituciones han desarrollado para ejecutar los procesos correspondientes y sobre todo conocer cuál es la finalidad que influyen en esta área.

La Universidad Pontificia Católica del Ecuador es reconocida en el Ecuador y así mismo realiza un seguimiento a sus graduados, sin embargo, ellos elaboraron un Instructivo de uso exclusivo para su Sede en Ibarra este procedimiento denominado Seguimiento a graduados de la PUCE – SI:

Establece como políticas: Actualizar la base de datos de cada carrera anualmente, aplicar encuestas a sus graduados cada 2 años valiéndose de los medios de comunicación y redes sociales, mantener comunicación permanente con sus graduados, realizar convenios de cooperación entre instituciones para el desempeño laboral de sus graduados e invitar a sus profesionales a participar en las actividades que la universidad realiza. También ha definido en dicho instructivo las responsabilidades para cada área y que pueda cumplirse de acuerdo con lo establecido. (Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra, 2013)

Dicho instructivo es interno y de uso exclusivo para la Sede Ibarra mientras que la Universidad Politécnica Salesiana tiene un Reglamento de Seguimiento a Graduados aplicable para toda la universidad en pregrado y postgrados aprobado por el Consejo de Educación Superior en 2015.

La Universidad Casa Grande al igual que la UPS desarrolló políticas para el seguimiento a egresados y graduados, así como también para vinculación con la sociedad, especificando los principios y valores con los cuáles sus profesionales han sido formados y recalando la importancia de actualizar dicha política para mejorar su sistema de educación.

Desde su creación ha mantenido una política orientada a conocer y valorar el impacto que generan sus procesos y programas académicos en la Sociedad y en la vida de sus graduados/as. En un contexto cada vez más cambiante y desafiante, el área de Vinculación con la Comunidad de la Universidad Casa Grande ha desarrollado políticas, estrategias y procedimientos operativos institucionales para el seguimiento periódico de sus egresados y graduados, sistematizando y actualizando la información con regularidad, promoviendo un contacto continuo y permanente entre ellos y la universidad; conociendo y evaluando su desempeño profesional, su aceptación en el mercado laboral y la correspondencia entre la oferta académica y las necesidades de la sociedad y los mercados. (Universidad Casa Grande, 2012)

La información actualizada y confiable sobre la situación de los graduados/egresados, ha permitido:

Identificar nuevos campos de formación, realizar ajustes curriculares, detectar vacíos y fallas, validar aspectos del modelo pedagógico; etc. En síntesis, el programa de seguimiento a graduados/as permite tomar decisiones que buscan la mayor pertinencia de sus esfuerzos en el campo de la docencia, la investigación y la vinculación con la sociedad. (Universidad Casa Grande, 2012)

En el caso de la Universidad Estatal de Milagro ha desarrollado un Modelo para el Seguimiento y Acompañamiento a Graduados denominado (SAG), donde realizan una visión desde la gestión de la calidad de la educación superior. Y además considera importante:

Establecer mecanismos de comunicación eficientes que favorezcan la interconexión graduados-universidad y le permita a la universidad conocer: a) la situación profesional, económica y familiar de los graduados, y a partir de esta realidad diseñar acciones de intervención; y b) el nivel de satisfacción de los graduados sobre las competencias desarrolladas durante su estancia en la universidad y desde su experiencia como profesional, identifique e informe las nuevas competencias que se demanda o se demandará en el futuro inmediato en su ámbito profesional. (Garzón Castrillon, 2018)

Este centro de estudios recalca la importancia del Modelo SAG que “facilita y fortalece la interconexión graduados-universidad, con beneficios para los dos actores” (Garzón Castrillon, 2018) donde ambos se benefician con este proceso y no se limite a contestar una encuesta cada determinado tiempo, mencionando cual es el aporte que obtienen ambos:

- Aporte del graduado a la universidad: institucionalización del seguimiento a graduados y mejora del currículo (pertinencia).

- Aporte de la universidad al graduado: intermediación laboral y formación continua.
(Garzón Castrillon, 2018)

Mayra Campaña, en su tesis Diseño de un sistema de Gestión de Seguimiento de Inserción Laboral a los profesionales graduados en la Universidad Técnica de Ambato y su incidencia en los indicadores de calidad previo a la obtención del título de magíster en Administración de Empresas de la UPS realiza una evaluación del seguimiento a graduados de la Universidad Técnica de Ambato.

Requiere mantener un sistema de seguimiento que garantice obtener indicadores de gestión adecuados para la acreditación de carreras y calificación de la Universidad. Actualmente los procesos realizados no son estandarizados dentro de la Universidad, al contrario, cada Facultad posee su propio sistema. (Campaña Alvarez, 2015)

La autora realiza en su tesis una propuesta donde se estandarice los resultados, para que impulse las mejoras de la Universidad, garantizando las fuentes de empleo y colaboración del sector empresario.

Con lo descrito se puede definir que las organizaciones universitarias cuentan con una serie de procesos alrededor del seguimiento a sus graduados, respondiendo no solo a las normativas de los órganos de control universitario a nivel nacional sino también a sus misiones y visiones institucionales, este proceso les permite conocer las necesidades actuales para mejorar o reestructurar los temas académicos, así como los diferentes programas de educación continua.

Establecer un Modelo de Gestión Comunicativa para la Coordinación de Seguimiento a Graduados de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana, es un trabajo que permitirá:

- Determinar las tareas y responsabilidades de todos los involucrados, sirviendo de guía en el proceso de comunicación, sistematización y análisis sobre la opinión de los graduados referente a los conocimientos recibidos, y su impacto en el campo laboral.
- Permitir estrechar lazos de fidelidad con los profesionales de la carrera y su centro de estudios
- Potencializar a los comunicadores sociales en el mercado laboral.
- Servir como referente para los diferentes procesos adicionales que la universidad realiza como formación continua, postgrados y actualización en la malla curricular.

METODOLOGÍA

Esta investigación se inscribe en el claustro de Planificación, centrado en el Modelo de Gestión Comunicativa, la línea de investigación que se abordó es Comunicación y Desarrollo dentro del subcampo Comunicación Organizacional. La metodología trabajada es cualitativa, enfocada en las ciencias sociales y la cual “plantea que observadores competentes y cualificados pueden informar con objetividad, claridad y precisión acerca de sus propias observaciones.” (Monje Alvarez, 2011)

El tipo de investigación utilizada es de carácter aplicada “centrada en encontrar mecanismos o estrategias que permitan lograr un objetivo concreto” (Vargas Cordero, 2009) en el caso de seguimiento a graduados de la carrera es mejorar la comunicación con los estudiantes y profesionales, pero sobre todo crear un sentido de pertenencia. No obstante, es importante recalcar que este tipo de investigación es de orden práctico, por lo cual todas las acciones que se realicen van a influir de manera positiva.

El paradigma abordado es el funcionalista que se acopla más al trabajo que desarrolla el área de SG, pues busca “estar todos interrelacionados, y cuyos elementos forman una estructura en donde cada uno de ellos se afecta si una parte deja de funcionar, conduciendo al equilibrio” (Guarín, 2013) y esto es gracias a la labor mutua que realiza con la dirección técnica de vinculación con la sociedad de la universidad, a través de las políticas, reglamentos y planificación anual que ejecutan para el cumplimiento de actividades y que luego permiten la acreditación universitaria.

Es decir, la Salesiana cumple con las normativas gubernamentales, externamente es una universidad de calidad, pero no existe la misma satisfacción en todos sus estudiantes, pues eso impide tener un acercamiento voluntario con la carrera una vez que se gradúan y empiezan la vida profesional. Santana y Araujo (2007) mencionan que “para el funcionalismo las organizaciones “tienen cultura”, lo que evidencia a lo largo de este trabajo desarrollado es la ausencia de “cultura

organizacional” o identidad en la carrera de comunicación”. (Jaime Santana & Araujo Cabrera, 2007)

Desde el enfoque funcionalista “la cultura organizacional cumple dos funciones: dar identidad y regular el comportamiento (funciones), y determinar el tipo de cultura que los define y debe estar acorde con los trabajadores y la propia dinámica que emprende el sistema organizacional” (García Hernández & González Romo, 2018). En el caso de estudio la Salesiana se encarga de inculcar lo que implica ser un estudiante salesiano, tener ese espíritu colaborador y piadoso con los desprotegidos, enseña a ayudar a los demás y que la carrera está enfocada en el servicio social; pero se ha olvidado de un punto muy importante que es el sentido de pertenencia a la universidad.

Se considera que la ausencia de identidad puede influir en la poca participación de los profesionales con el área de SG, por lo cual fue necesario a través de una lectura crítica revisar cómo otras instituciones del país han adoptado diferentes medidas para realizar el SG, lo que finalmente nos orilló a desarrollar un Modelo de Gestión Comunicativa para el área de Seguimiento a Graduados de la carrera de Comunicación, UPS.

Entendemos al Modelo de Gestión Comunicativa como, “el proceso comunicativo que hay en el interior de las organizaciones, para el perfeccionamiento de los procesos que existen y las cuales conducen al intercambio de información, desde diferentes niveles y estructuras jerárquicas, viajando por diferentes medios”. (Suarez, 2016) Es una fuerza de apoyo que equivale a calidad total y donde

Los recursos para la gestión de la comunicación interna deben asegurar un área de comunicaciones que se encargue de los procesos, disponer del personal competente para desarrollar los programas, los medios y acciones que posibiliten el logro de los objetivos de comunicación. (Andrade, 2005)

Se considera que evolucionan de acuerdo con las demandas y contextos sociales, políticos y económicos.

Implica además que quien esté a cargo de este modelo ocuparía el cargo de

Director de comunicación, escuche y cree diálogo con los grupos de interés. Que sea un estratega, un relacionista público, un portavoz, un gestor de procesos de comunicación y de la imagen corporativa, que tenga en cuenta la interactividad como un factor con gran impacto en la comunicación. (Paredes, 2009)

Donde se espera contar con todo el apoyo posible de la carrera para obtener un feed-back positivo.

En todas las instituciones el preparar estrategias requiere de “conseguir el apoyo del público interno, se debe gestionar pensando en crear y sostener en el tiempo las buenas relaciones entre los miembros de la institución, manteniéndolos informados, integrados y motivados” (Aristizábal Giraldo & Hernández García, 2014)

Este modelo se llevó a cabo bajo el enfoque de investigación mixto que “radica en la retroalimentación de los métodos cualitativos y cuantitativos dentro de una perspectiva metodológica única y coherente, que permitiría un nivel de comprensión del objeto investigativo” (y, por ende, de los resultados) más cercana a la complejidad de fenómeno (MOSS, 1996).” (Núñez Moscoso, 2017)

Sin embargo, Fabiola Baltar y Natacha Gentile en su libro métodos mixtos para el estudio de las decisiones estratégicas en las pymes consideran que se debe adaptar los múltiples métodos de distinta naturaleza en vez de restringir su uso, para mejorar la validez teórica de acuerdo con las preguntas de investigación. Ellas consideran que:

Se niega el dualismo tradicional (racionalismo versus empirismo, etc.) se adopta una postura basada en el sentido común, basado para la resolución de los problemas planteados; se reconoce la existencia e importancia de la realidad, las instituciones humanas y los pensamientos subjetivos; se otorga un papel importante a la experiencia y a la acción como ejes para analizar la realidad social; el conocimiento se construye sobre la base de la realidad; las teorías son temporales y contextuales y constituyen el instrumento que permite enmarcar perspectiva de análisis de los fenómenos. (Baltar & Gentile, 2012).

Las técnicas de investigación cualitativas utilizadas para este trabajo fueron, la documental como revisión de literatura a través de varios autores referentes en comunicación, autores institucionales que han trabajado diferentes modelos e instructivos para el seguimiento a graduados en el Ecuador.

Así mismo se desarrollaron entrevistas a los actores principales de la Universidad que tienen relación directa con esta área, mediante cuestionarios de preguntas abiertas, los entrevistados fueron la directora de la carrera de comunicación PhD. Narcisa Medranda, la coordinadora de la Dirección Técnica de Vinculación con la Sociedad Ing. Verónica Tufiño, la coordinadora del área de Vinculación con la Sociedad de la carrera de Comunicación Mg. Patricia Villagómez y el ex coordinador del área de SG carrera de comunicación Mg. Patricio Rosas conforme las fichas técnicas de los cuestionarios que se encuentran disponibles en los Anexos 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12 y 13 respectivamente. A través de estas entrevistas se buscó primero identificar cual es la función del área de SG de la carrera, donde cada uno expuso su rol para el correcto desempeño, pero también las expectativas que tienen. Evidenciando que desde el área técnico profesional tanto la dirección como coordinación de vinculación con la sociedad ratifican el cumplimiento de las actividades desarrolladas en base al POA. Sin embargo, desde la antigua coordinación y la dirección de carrera aún tienen cierta inconformidad con el resultado, enfocándose más en la presencia de los profesionales en las actividades que realiza seguimiento a graduados e ignorando el tiempo que conlleva llenar y actualizar la documentación para cumplir con dichas actividades.

También se aplicaron encuestas con preguntas estructuradas, y el tipo de respuestas fueron 9 cerradas y una abierta, la muestra utilizada es la base de datos de la fan page de Seguimiento a Graduados, con un total de 963 personas de manera aleatoria simple que con margen de error del 0,5% nos da un nivel de credibilidad del 95% entregando un total de 106 encuestados. Conforme la ficha técnica Anexos 14 y 15.

Esta herramienta permitió recopilar información de manera completa sobre las actividades que están desarrollando los profesionales de la carrera y cuál es su interés al momento de mantener contacto con el área de Seguimiento a graduados.

En la fan page Seguimiento a graduados, empleabilidad y bolsa de empleo (<https://www.facebook.com/graduados.upsq>) se realizó un análisis de los flujos comunicacionales que se publica a efectos si la misma centraliza la información o en caso contrario se encuentra dispersa y las secciones con las que cuenta.

Para la elaboración de estrategias comunicacionales se aplicó una matriz que parte de la definición del marco estratégico, donde se describe la problemática que tiene el área de Seguimiento a Graduados de la carrera de comunicación, UPS, y el proyecto que se va a desarrollar para lo cual se realizó un estudio FODA que permite identificar y contrastar las fortalezas, debilidades, contra las oportunidades y amenazas del área.

A través del análisis realizado se centró en verificar la disponibilidad de recursos humanos, técnicos, tecnológicos y económicos, así también las ventajas y desventajas que tiene la Salesiana frente a otras universidades del país. Una vez concluido el FODA se procedió a definir los objetivos tanto operacionales, aquellos que se pueden cumplir en un corto plazo, como comunicacionales que son claros y directos para el cumplimiento de las actividades.

Se señala los públicos objetivos, determinando quiénes intervienen en la investigación, y a través de los mensajes se determina qué necesita conocer cada uno de los públicos mediante mensajes claves que servirán de referencia para identificar cada una de las actividades a desarrollar.

Esta matriz también requirió un cronograma de actividades a cumplir en tiempo y responsabilidades, con la planificación de un presupuesto, para luego poder realizar la medición y evaluación de las estrategias de comunicación propuestas anexo 19.

En el desarrollo de estrategias de comunicación es necesario considerar que

Se convierten en el marco unitario de referencia al que se remiten todos los actores de la organización, encauzando de facto una misma lectura de los problemas y oportunidades; poniendo en común unos mismos valores y un lenguaje compartido; facilitando el diálogo y el consenso; orientado hacia un mismo vértice la toma de decisiones, y, sobre todo, dando coherencia a la pluralidad de voluntades y a la tremenda complejidad de las actuaciones que pueden darse en una institución. (Aljure, 2005).

Para lo cual es necesario definir estrategias simples, que tengan memoria colectiva con facilidad de ejecución y propagación.

Estas estrategias de comunicación están enfocadas en los temas de cultura organizacional, gestión de la marca e identidad, publicidad y propaganda, relaciones públicas y uso de las tecnologías de la información a través de redes sociales.

RESULTADOS

Seguimiento a graduados se encuentra bajo la Dirección Técnica de Vinculación con la sociedad Sede Quito, quién es representado por la Ing. Verónica Tufiño, como lo establece el Art. 11 del Estatuto de la UPS (anexo 3) y en un enlace con el área de Vinculación con la Sociedad de la carrera, bajo la coordinación de la docente Mg. Patricia Villagómez, monitorean el área de Seguimiento a Graduados de Comunicación, el cual se encuentra bajo la coordinación del docente Mg. Mauro Ruíz, quién actualmente tiene 2 años realizando esta gestión para el cumplimiento del artículo 142 de la LOES.

Para el desarrollo de este trabajo de investigación fue necesario realizar una revisión minuciosa sobre la gestión que realizan otras universidades del país frente al Seguimiento a sus graduados, abordamos a la Universidad Estatal de Milagro, a la Universidad Casa Grande, la PUCE sede Ibarra y se trabajó también con una tesis doctoral sobre el SG de la Universidad Técnica de Ambato, todas ellas nos permitieron tener un panorama general desde las misiones y visiones institucionales.

Los coordinadores de cada área de SG en conjunto con la DT de vinculación con la sociedad elaboran un POA Institucional con vigencia de un año calendario para el desarrollo de las diferentes actividades y programas que se trabajaran, incluyendo el plan de mejoras de cada carrera y es a través de Vinculación con la Sociedad de cada carrera que se monitorea el desarrollo y cumplimiento de cada gestión establecida en dicho documento.

El coordinador de SG, en este caso Mg. Mauro Ruiz debe cumplir con una serie de funciones como posibilitar la incorporación de mejoras en los procesos formativos a través de la recopilación y análisis de la información sobre el desempeño profesional y personal de los graduados, el grado de satisfacción de su formación profesional y los requerimientos de capacitación, servicios y estudios de posgrado, para esto se han creado varios programas dentro del área como:

- Graduados al aula: que es un espacio para que los profesionales de la comunicación compartan sus experiencias académicas con los estudiantes de la carrera.
- Graduados en el extranjero: es un espacio para conocer las experiencias, logros y realizaciones de los exestudiantes que por diversas razones debieron emigrar fuera del país.

Pero además tiene bajo sus responsabilidades también el área de Bolsa de Empleo, que sirve de enlace entre las empresas y los profesionales, donde además debe alimentar una base de datos que lleva la institución y publicar en los respectivos canales oficiales de la carrera las diferentes ofertas que existen. Esta coordinación ha aceptado el reto de cumplir con ambas funciones por la interrelación que existe entre cada una.

A través de las entrevistas realizadas a los actores vinculados con esta área se determina las percepciones que tienen cada uno frente al cumplimiento o no de SG, por su parte PhD. Narcisca Medranda como directora de carrera plantea

Que existe poca participación de los estudiantes con seguimiento a graduados debido a una falta de empoderamiento institucional, es decir falta de identidad con la universidad y la carrera, considera que no se le está ofreciendo al graduado lo que él necesita, es decir SG cumple con normativas legales pero no con las expectativas de los profesionales, afirma también que es hora de encubar a emprendedores que puedan ejercer libremente la profesión además de afianzar las relaciones públicas con otras instituciones. (Medranda, 2020)

Por su parte el docente Mg. Patricio Rosas, ex coordinador de SG dice

Hay que reestructurar la organización a través de un equipo de trabajo, una sola persona no puede cumplir con todas las expectativas que se tienen de esta área importante de la universidad, se deben desarrollar programas que atraigan a los profesionales, aunque los costos los asuma la universidad, porque lo que se pretende al momento es que se involucren nuevamente con la universidad. (Rosas, 2020)

Otro de los aspectos que Rosas recalca que se debe ampliar el círculo de comunicación a través de otras redes sociales que se han consolidado hasta el momento y donde se está perdiendo contacto con los profesionales. Por el contrario, la Ingeniera Verónica Tufiño, responsable de la DT y quién vela por el cumplimiento de los procesos institucionales para la posterior acreditación con los

organismos correspondientes se encuentra contenta con la gestión que realiza SG bajo la coordinación de su departamento, pues

Se cumplen con lo estipulado por la LOES, lo que ratifica que como carrera si se pretende tener un modelo de gestión para mantener documentación clara, funciones establecidas de todo el equipo de trabajo y reuniones periódicas para coordinar y luego evaluar (Tufiño, 2020)

Esto lo corrobora Mg. Patricia Villagómez, coordinadora de Vinculación con la Sociedad de comunicación, quién ratifica el cumplimiento de tareas en tiempo y forma, considera que

Se cumple con el plan operativo de actividades y el plan de mejoras de la carrera, sin embargo, realiza una aclaración importante referente a la responsabilidad que tienen los profesionales frente a la búsqueda de empleo, pues la universidad debe facilitar los medios pero no otorgar el empleo. (Villagomez, 2020)

También afirma que

La carrera tiene a excelentes profesionales desempeñando altos cargos directivos e importantes en diferentes sectores y es gracias al seguimiento a graduados que se han podido realizar alianzas estratégicas para que los estudiantes puedan realizar sus prácticas preprofesionales y de vinculación en estas instituciones. (Villagomez, 2020)

Cada una de las actividades que realiza el SG deben encontrarse en la planificación anual, es decir las estrategias de comunicación que se proponen en este trabajo de investigación para poder efectuarse deben estar estipulados en la planificación anual que aprueba la Dirección Técnica de Vinculación con la Sociedad de la universidad Sede Quito.

Otro de los roles que debe cumplir SG es garantizar el regreso de los profesionales para mejorar su educación a través del programa de postgrados que ofrece la UPS, o los cursos de formación continua, pero esto no es posible pues los exalumnos cuestionan mucho la calidad académica que ofrece la Universidad al no estar bajo los niveles esperados.

SG utiliza a la red social Facebook como medio de comunicación oficial, por afinidad con los medios electrónicos que tiene la universidad y la carrera de comunicación, donde dispone de una fan page que administra el área de SG de comunicación y se encuentra bajo el nombre Seguimiento

a graduados, empleabilidad y bolsa de empleo con 963 seguidores confirmados como exalumnos y que cuenta con cuatro secciones.

Es a través de esta fan page que se realiza la divulgación de información referente a los diversos temas que aborda, como los testimonios de profesionales a través de la iniciativa Graduados en el extranjero, así mismo se sube las visitas que los profesionales realizaban a los estudiantes en las aulas de clase por la iniciativa graduados al aula. Esta página comparte también las diversas ofertas de empleo que publican las instituciones con las cuáles se tiene convenio y una sección informativa de los logros y realizaciones de la carrera.

Sin embargo, al realizar la búsqueda de Seguimiento a graduados se encuentran un perfil personal llamado Seguimiento a Graduados Carrera de Comunicación UIO y un grupo privado denominado Graduados y Egresados Comunicación Social UPS con 702 miembros los cuáles publican todo tipo de información, sea o no de la universidad. Al pertenecer esta área a una parte de la carrera se debe restringir este tipo de situaciones y evitar crear diversas cuentas que solo confunden a los estudiantes actuales y graduados, se anexan capturas de pantalla de los sitios mencionados.

Es importante indicar que la fan page de Seguimiento a graduados, empleabilidad y bolsa de empleo tiene seguidores exclusivamente profesionales de comunicación graduados en la Salesiana, las diferentes publicaciones que se realizan en esta página tienen un alcance orgánico muy alto y no se realiza ningún tipo de promoción debido a la escasez de recursos para su financiamiento.

Otra de las herramientas utilizadas en este trabajo de investigación y que permitió corroborar la proximidad que existe entre el área de SG y los exalumnos, a través de una encuesta donde los profesionales no respondieron a la magnitud de la muestra que eran 235 personas, los datos a obtener corresponden a 106 encuestas contestadas.

1. Selecciona tu año de graduación

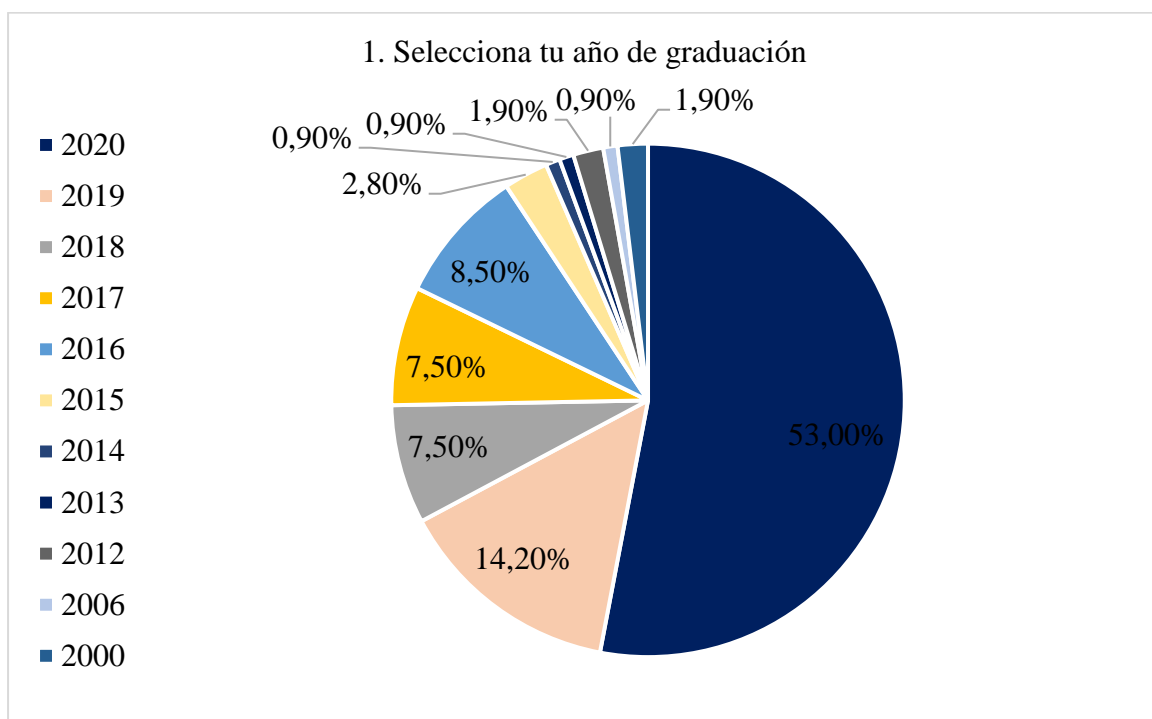


Gráfico 1. El encuestado escogió el año en que se graduó de la Universidad Salesiana

Elaborado por: Victoria Montesdeoca

Esta encuesta se realizó a 106 graduados de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana, y donde el 53% corresponde a graduados en el año 2020, el 14,20% del 2019, un 7,50% del 2018, el 7,50% en el 2017, un 8,50% del 2016, un 2,80% del 2015, un 0,90% del 2014, un 0,90% del 2013, un 1,90% del 2012, otro 0,90% del 2006 y un 1,90% del año 2000.

2. Señala la mención de tu titulación

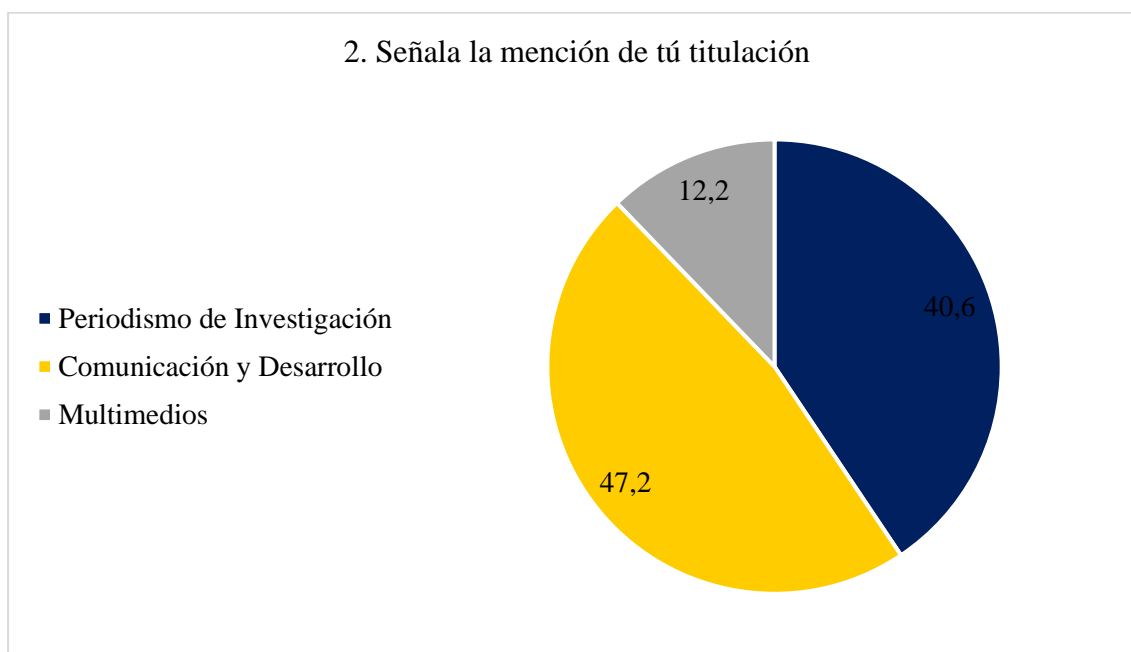


Gráfico 2: El encuestado indicó la mención que estudió en la carrera.

Elaborado por: Victoria Montesdeoca

Con la finalidad de identificar en qué mención fueron graduados los encuestados para conocer con quiénes se mantiene un contacto más cercano se obtuvieron los siguientes resultados: un 47,20% pertenecen a la mención de comunicación y desarrollo, un 40,60% a periodismo de investigación y el 12,20 % final corresponden a multimedios.

3. Indica tu situación laboral

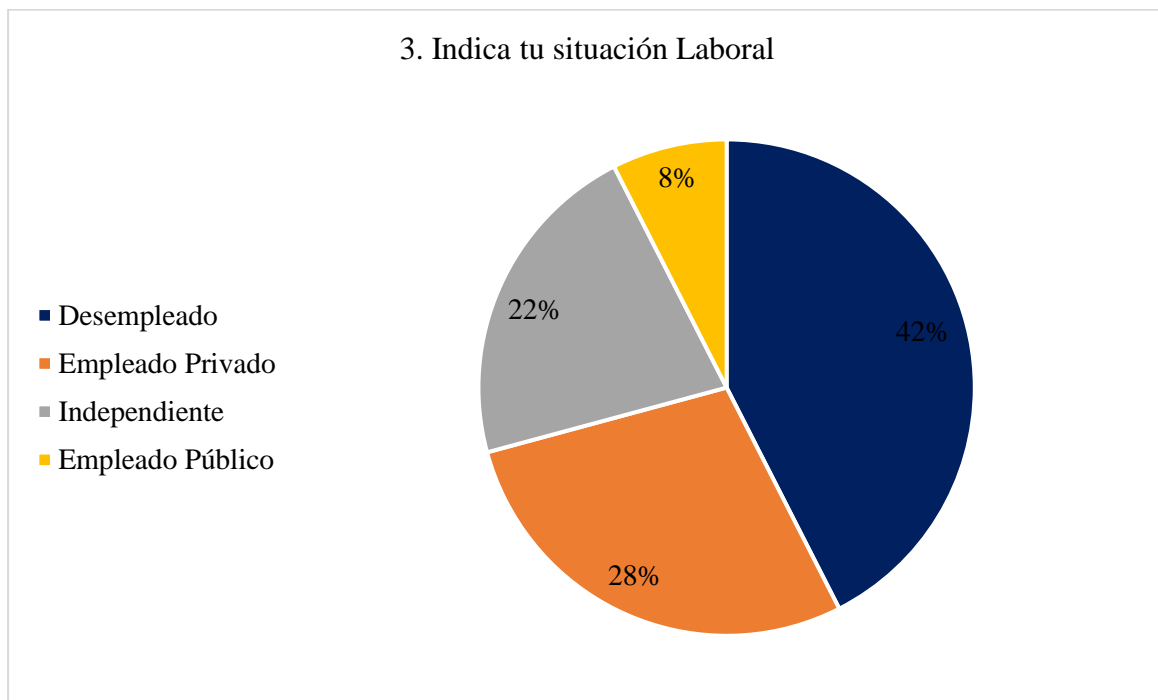


Gráfico 3: El encuestado indica su situación laboral al momento de responder.

Elaborado por: Victoria Montesdeoca

El 42% de los encuestados se encuentran desempleados, y un 52% si se encuentran trabajando están distribuidos el 28% en empresas privadas, el 22% ejercen de manera independiente, y el 8% trabaja para el sector público.

4. Desempeñas tus actividades laborales conforme tu titulación

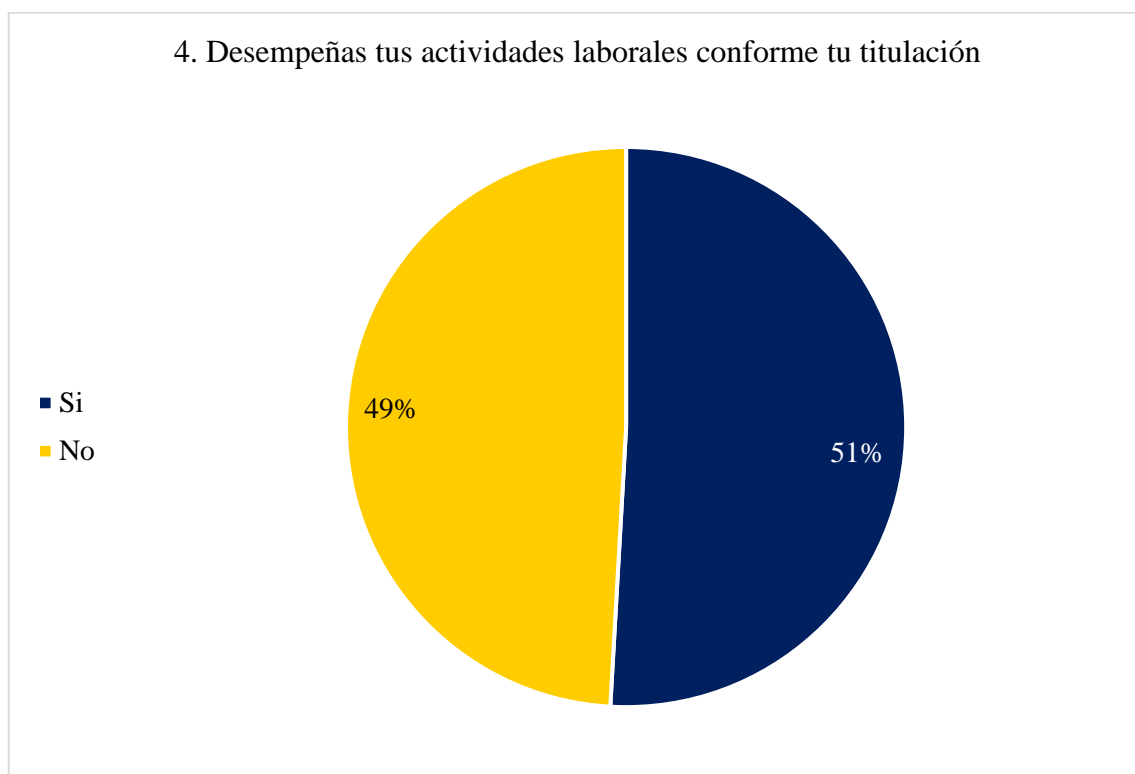


Gráfico 4: El encuestado indicó si desempeña su trabajo de acuerdo con su profesión.

Elaborado por: Victoria Montesdeoca

Respecto al área funcional el 49% de profesionales que están laborando si se encuentran trabajando en áreas relacionadas con Comunicación, mientras que el 49% afirma no laborar.

5. Sigues la fan page Seguimiento a graduados, empleabilidad y bolsa de empleo

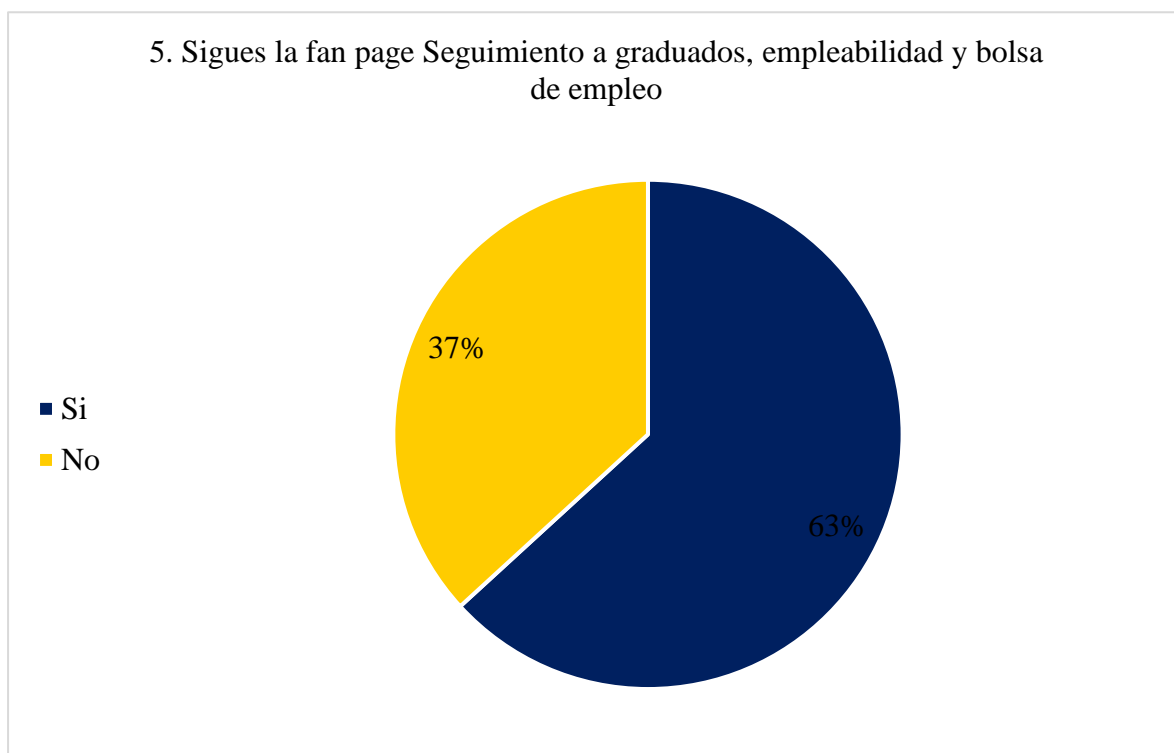


Gráfico 5: El encuestado indicó si es seguidor o no de la fan page del área de Seguimiento a Graduados

Elaborado por: Victoria Montesdeoca

En un total de 106 personas encuestadas, un 63% si siguen la fan page de SG a través de la red social Facebook, mientras que el 37% no siguen la página.

6. Califica las publicaciones que se realizan en la fan page de Seguimiento a Graduados

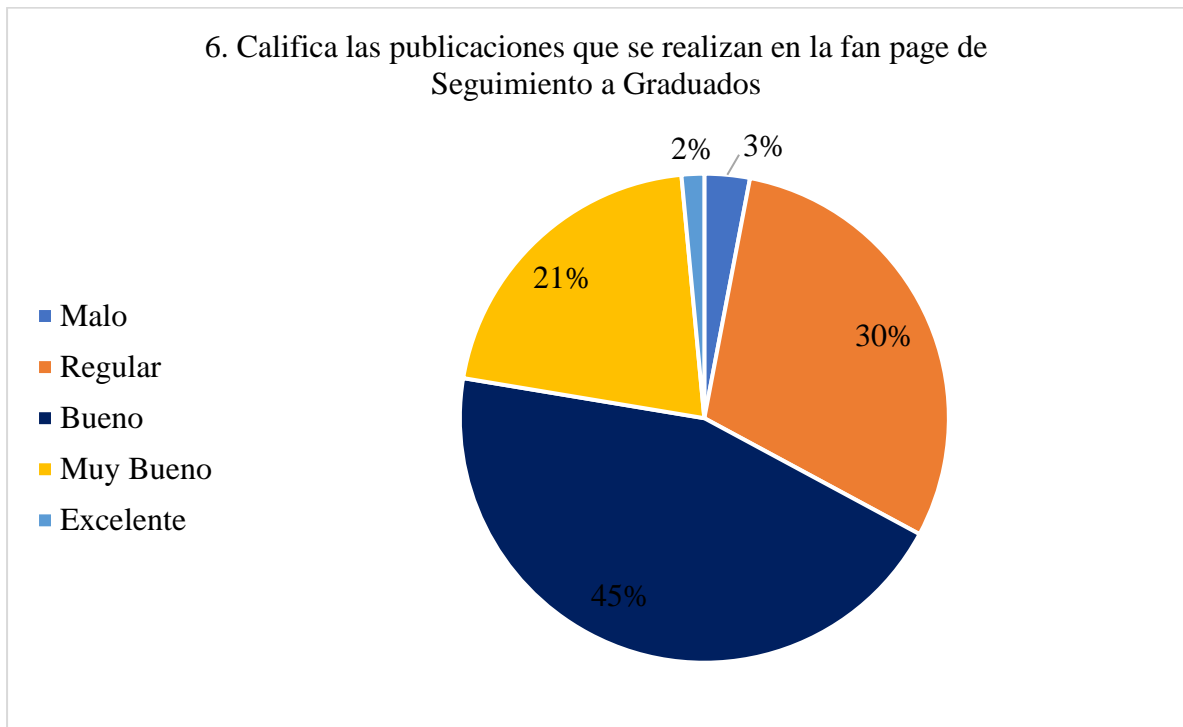


Gráfico 6: El profesional que contestó ser seguidor de la fan page, debe calificar de acuerdo a su criterio e interés las publicaciones que se realizan.

Elaborado por: Victoria Montesdeoca

De las 67 personas que si siguen la fan page en Facebook un 2% considera que las publicaciones son excelentes, un 21% que son muy buenas, el 45% considera que son buenas y un 30% de encuestas la califica como regular. Estos resultados nos permiten ir evidenciando el descontento que existe por los profesionales con esta área y su gestión, al no mostrar interés en las diferentes iniciativas que se desarrollan para mejorar su calidad profesional.

7. Cuál de las secciones es de mayor interés en la fan page de Seguimiento a Graduados

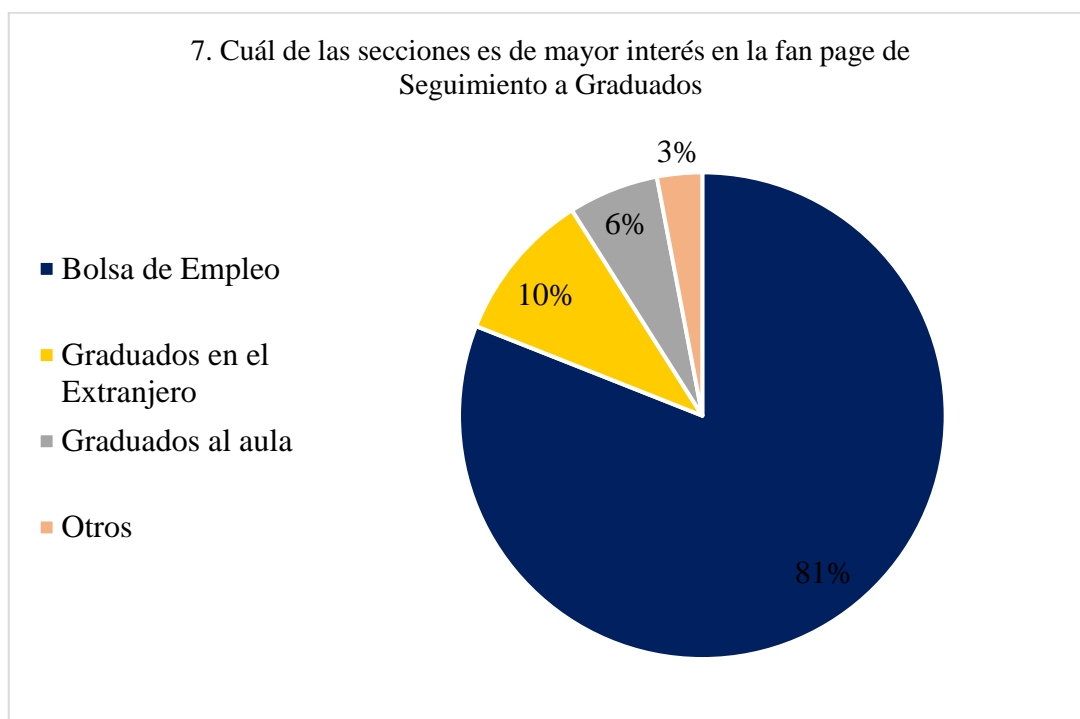


Gráfico 7: El encuestado que contestó ser seguidor de la fan page de indicar cuál es la sección de mayor interés.

Elaborado por: Victoria Montesdeoca

Para identificar qué tipo de publicaciones son las que prefieren los graduados se mostraron las iniciativas que desarrolla el área de seguimiento a graduados, donde un 81% de los seguidores de la fan page se interesan por las publicaciones correspondientes a Bolsa de Empleo, el 10% por graduados en el extranjero, un 6% en graduados al aula y un 3% en otros.

8. Te has inscrito en la Bolsa de Empleo de la UPS

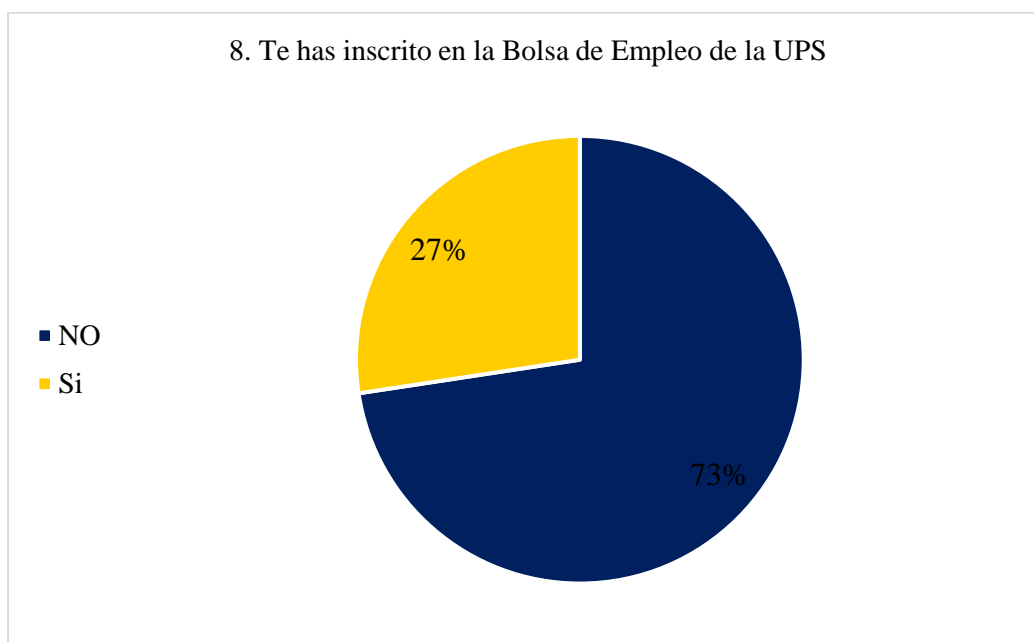


Gráfico 8: El encuestado indica si está inscrito en la sección Bolsa de empleo, en la página de la Universidad.

Elaborado por: Victoria Montesdeoca

Al total de encuestados se les consultó si se han inscrito en la bolsa de empleo que ofrece la UPS a través de su página web, de los cuales el 73% no lo han realizado o desconocen y solo un 27% si se encuentra inscrito en este portal web.

9. Señala las redes sociales que más utilizas y que te gustaría mantener información con la coordinación de seguimiento a graduados.

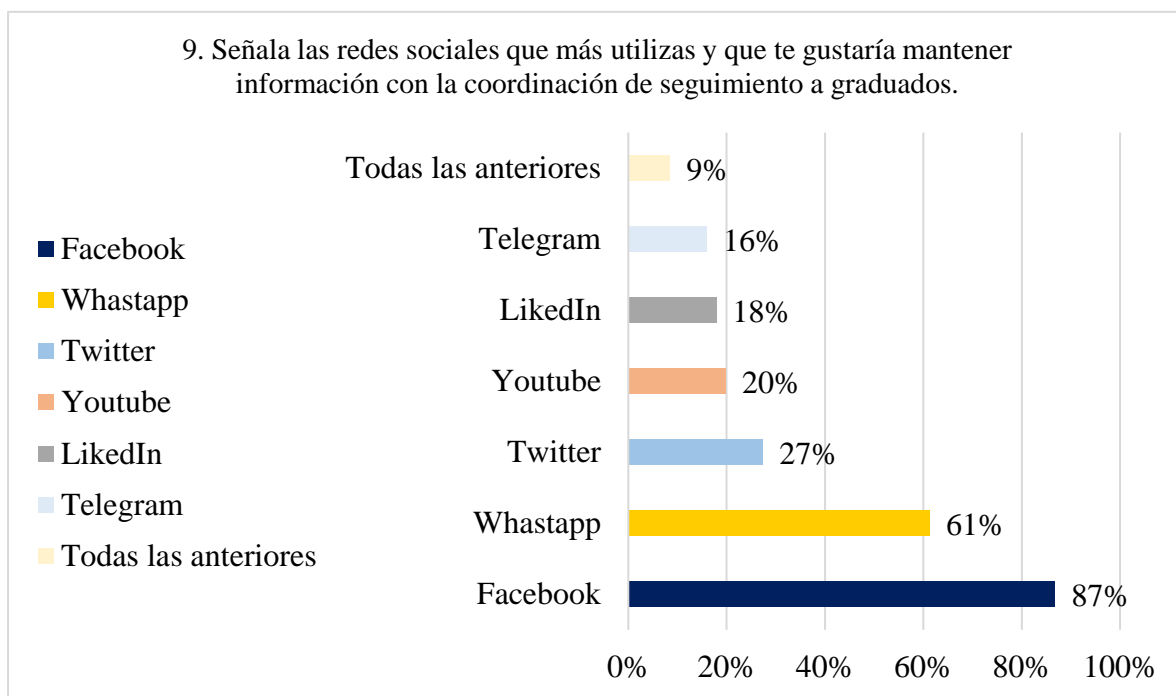


Gráfico 9. El encuestado indica cuales son las redes sociales más utilizadas.

Elaborado por: Victoria Montesdeoca

Esta pregunta es de opción múltiple con la finalidad de identificar cuáles son las redes sociales más utilizadas por los encuestados y a través de cuáles de ellas les gustaría poder recibir información sobre seguimiento a graduados obteniendo que un 87% prefiere a Facebook, el 61% a través de WhatsApp, un 27% Twitter, el 20% a YouTube, el 18% en LinkedIn, un 16 % en telegram. Un 9% de encuestados escogieron a todas las opciones antes mencionadas.

Lo que nos da horizontes hacia donde debemos enfocar la difusión de las estrategias de comunicación.

10. Define en orden de prioridad tres cursos que complementen tu formación académica y que influyan en el ambiente laboral.

10. Define en orden de prioridad tres cursos que complementen tu formación académica y que influyan en el ambiente laboral.

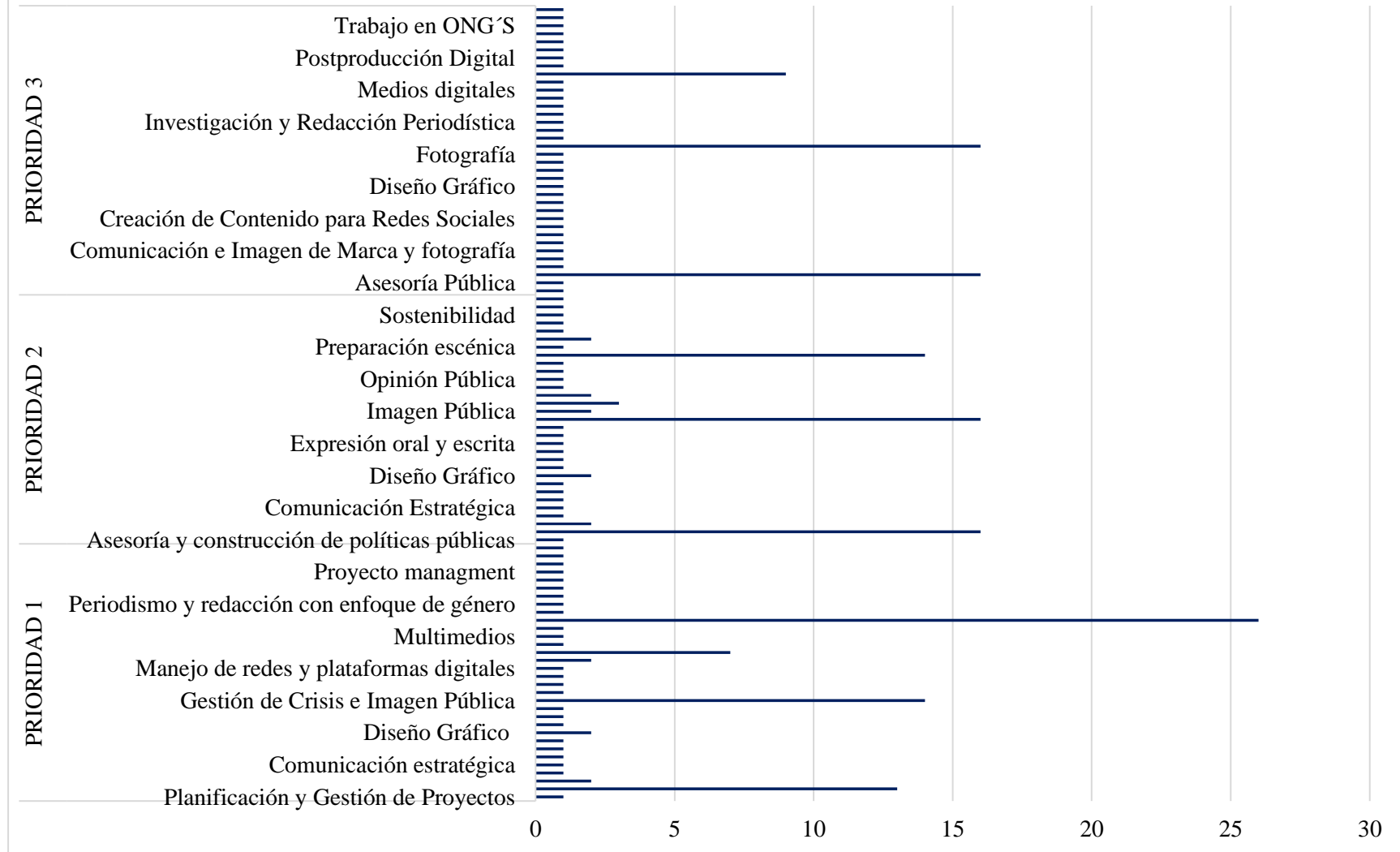


Gráfico 10. El encuestado indica cuales son los cursos o capacitaciones que considera importante para su formación profesional.

Elaborado por: Victoria Montesdeoca

La última pregunta era abierta, y su objetivo es conocer cuáles son los temas más relevantes en el campo laboral o profesional que los graduados de la carrera de comunicación estarían interesados en capacitarse, cuantificar en porcentajes resulta complejo, pero enlistaremos los mencionados:

1. Planificación y Gestión de Proyectos
2. Análisis multidireccional de la realidad social.
3. Asesoría Pública
4. Asesoría y construcción de políticas públicas
5. Branding Personal
6. Branding personal y creación de marca
7. Community Manager
8. Community Manager y Social Media
9. Comunicación corporativa digital
10. Comunicación Digital
11. Comunicación e Imagen de Marca y fotografía
12. Comunicación Estratégica
13. Comunicación Interna
14. Comunicación organizacional
15. Comunicación Política
16. Comunicación Visual
17. Comunicación y publicidad
18. Copywritting
19. Creación de Contenido para Redes Sociales
20. Cumplimiento de indicadores
21. Desarrollo de proyectos
22. Desarrollo Multimedia
23. Dibujo artístico
24. Diseño e ilustración gráfica
25. Diseño Gráfico
26. Diseño Multimedia
27. Diseño y Marketing
28. Edición
29. Edición en Adobe
30. Educación financiera
31. Epistemología de la Comunicación
32. Estrategias de comunicación y marketing
33. Expresión oral y escrita
34. Financiamiento de proyectos
35. Fotografía
36. Gestión Cultural
37. Gestión de Crisis digital
38. Gestión de Crisis e Imagen Pública
39. Gestión y manejo de proyectos
40. Ideología
41. Imagen Pública

- | | |
|--|--|
| 42. Investigación y Redacción Periodística | 63. Postproducción Digital |
| 43. Liderazgo | 64. Preparación escénica |
| 44. Locución | 65. Producción multimedial |
| 45. Manejo de crisis empresarial | 66. Proyecto managment |
| 46. Manejo de Redes | 67. Publicidad |
| 47. Manejo de redes y plataformas digitales | 68. Relaciones Públicas |
| 48. Marketing | 69. Reportería |
| 49. Marketing Digital | 70. Sentido vocacional de la profesión |
| 50. Medios digitales | 71. Social Media |
| 51. Medios y Herramientas digitales | 72. Sostenibilidad |
| 52. Multimedios | 73. Telemarketing |
| 53. Opinión Pública | 74. Trabajo de Campo |
| 54. Páginas Web | 75. Trabajo en ONG'S |
| 55. Periodismo | 76. Un comunicador del siglo xxi |
| 56. Periodismo de Investigación | 77. Video y Multimedia |
| 57. Periodismo Digital | 78. Web Managment |
| 58. Periodismo digital y opinión | |
| 59. Periodismo y redacción con enfoque de género | |
| 60. Planificación | |
| 61. Planificación de Proyectos políticos | |
| 62. Política | |

Este listado facilita a la coordinación presentar ante los encargados correspondientes cuales pueden ser los nuevos cursos o seminarios que la carrera de comunicación de la UPS puede ofertar a sus profesionales para atraerlos nuevamente a la academia e impulsar el crecimiento en su perfil personal.

Es importante aclarar que los cursos y capacitaciones no son responsabilidad de SG, sino de Educación Continúa, el área mediante el contacto que tiene con los profesionales puede facilitar los contactos e intereses de acuerdo con las encuestas y actividades que han servido para obtener esta información, pero la invitación a nuevas capacitaciones en la institución corresponde a dicha área.

Continuando con las herramientas utilizadas el análisis bibliográfico permitió identificar cada una de las teorías que se involucran en el desarrollo de la investigación, siendo el centro de toda la comunicación, y los diferentes subcampos como comunicación organizacional, comunicación estratégica y multimedial para el desarrollo de contenidos.

Es evidente que seguimiento a graduados muestra un déficit en cuanto al nivel de satisfacción de los profesionales graduados en la UPS, por lo cual se propone trabajar las siguientes estrategias de comunicación para mejorar esta área.

Promover el empoderamiento institucional de los graduados y la carrera, a través de la creación de una marca de identidad que permita definir el sentido de pertenencia con la carrera y fidelizar a los estudiantes desde su formación académica.

Formación de un equipo de trabajo para dar soporte al área de seguimiento a graduados, con funciones y responsabilidades definidas a través de un cronograma de trabajo que permita cumplirlas y comprobarlas. Esto permitirá tener una mayor participación del Consejo Consultivo,

además de armar/retroalimentar periódicamente la base de datos de los graduados de comunicación, con información consolidada que nos permita contactarlos a través de diferentes canales como celular, email, redes sociales, entre otros.

Mejorar las relaciones públicas con otras instituciones públicas y privadas para a través de alianzas estratégicas poder impulsar el crecimiento profesional de los estudiantes por medio de las prácticas preprofesionales y garantizar una posible contratación a quiénes están culminando sus estudios. Mantener comunicación constante con estas instituciones para promover la bolsa de empleo de la universidad, es decir no solo impulsar a los comunicadores sino a todos los profesionales graduados en la salesiana.

Para el diseño de estrategias de comunicación se cumple con la Matriz propuesta con lo siguiente:

Definición del marco estratégico

La coordinación Seguimiento a Graduados de la carrera de Comunicación de la Salesiana, es un área que ayuda a consolidar la imagen institucional del centro de estudios pues sus profesionales sirven de referencia para futuros estudiantes.

La problemática que afronta esta coordinación es la falta de un equipo de trabajo que permita desarrollar las estrategias de comunicación que existen y al mismo tiempo cumplir con la documentación, matrices y planificaciones que requieren por parte de la dirección técnico y las instituciones correspondientes para la acreditación. Todos estos factores influyen en desarrollar las estrategias actuales o crear nuevas que permitan cumplir los objetivos propuestos. Estos factores impiden que el coordinador de seguimiento a graduados, único profesional en esta área pueda otorgarle más tiempo del requerido lo cual se vuelve un limitante.

Las diferentes estrategias que se proponen en este trabajo permiten sociabilizar la problemática que atraviesa esta coordinación, así mismo a través de encuestas y entrevistas se obtendrán resultados positivos que permitirán identificar cada una de las actividades a desarrollar para definir las estrategias de comunicación.

Análisis de situación actual

Para un diagnóstico de la situación actual se trabaja con una síntesis de la información obtenida de las entrevistas y las encuestas mediante la herramienta FODA, obteniendo lo siguiente:

Debilidades

- Falta de recursos humanos para el desarrollo de campañas comunicativas
- Ausencia de flujos comunicacionales con actores definidos
- Escasez de contenidos en redes sociales y medios de comunicación sobre esta área.
- Base de datos desactualizada

Amenazas

- Carencia de identidad salesiana en los graduados
- Escases de recursos económicos para el pautaaje de campañas publicitarias

Fortalezas

- Equipos tecnológicos de calidad
- Profesionales de la comunicación reconocidos en diferentes medios de comunicación
- Acompañamiento de la Dirección Técnica de Vinculación con la Sociedad

Oportunidades

- Alianzas estratégicas con diferentes empresas para el desarrollo de prácticas preprofesionales
- Talleres y cursos de formación continua, donde se puede reforzar la calidad de la educación salesiana.
- Reconocimiento de los comunicadores sociales en el campo laboral.
- Uso técnico y metodológico de redes sociales.

Objetivos organizacionales y objetivos de comunicación

Objetivos operativos	Objetivos de comunicación
Informar a los directivos de la carrera y el área de seguimiento a graduados sobre los inconvenientes encontrados.	Realizar reuniones a través de la plataforma comunicacionales para mencionar los inconvenientes encontrados y tomar las acciones correspondientes.
Encuestar a los graduados en Comunicación de la UPS, para identificar los medios de comunicación más utilizados.	Conocer las debilidades y amenazas que existen según los encuestados.
Informar a todos los involucrados sobre las estrategias de comunicación que se proponen para cumplir los objetivos.	Difundir los diferentes programas que desarrolla Seguimiento a Graduados de manera interna y externa.

Tabla de Objetivos. Indica los objetivos operativos y comunicaciones que se deben cumplir para el desarrollo de las estrategias de comunicación.

Elaborado por: Victoria Montesdeoca

Públicos objetivos

1. Autoridades y docentes que intervienen en Seguimiento a Graduados
2. Estudiantes y graduados de la carrera de comunicación de la UPS.
3. Organizaciones públicas, privadas y sociales

Mensajes

Públicos objetivos	Qué necesitan saber	Mensajes clave
Autoridades y docentes que intervienen en Seguimiento a Graduados	Objetivo A Conocer sus responsabilidades en Seguimiento a Graduados, y la conexión que existen entre cada departamento	Mensaje A Soy parte de Comunicación UPS Concientizar a las autoridades y docentes que cada actividad que se realicé directa o indirectamente contribuye en beneficio del Seguimiento a graduado y la UPS, por tanto, esta área

	<p>Objetivo B</p> <p>Socializar las actividades a desarrollar con los docentes y autoridades para su conocimiento.</p>	<p>requiere de un equipo de trabajo comprometido para desarrollar las actividades propuestas.</p> <p>Mensaje B</p> <p>Participo y comparto</p> <p>La importancia de compartir a través de sus perfiles personales en redes sociales la gestión que realiza Seguimiento a Graduados y la UPS para tener mayor alcance con el público externo.</p>
--	---	--

Estudiantes de la carrera de comunicación de la UPS.	Objetivo A Conocer la importancia del Seguimiento a graduados y cómo contribuye en su perfil profesional	Mensaje A Comunicación Ups, mi identidad... mi compromiso A través de este slogan se pretende concientizar a los profesionales de cada actividad que se realicé contribuye en beneficio del Seguimiento a graduados y la UPS, por tanto, se los impulsa a ser partícipes del equipo de trabajo de esta área.
	Objetivo B Socializar las actividades a desarrollar con los docentes y autoridades para su conocimiento.	Mensaje B

		<p>La universidad en mi red social</p> <p>La importancia de compartir a través de sus perfiles personales en redes sociales la gestión que realiza Seguimiento a Graduados y la UPS para tener mayor alcance con el público externo.</p>
Graduados de la carrera de comunicación social	<p>Objetivo A</p> <p>Motivar a los exestudiantes a compartir su experiencia profesional con los actuales estudiantes.</p>	<p>Mensaje A</p> <p>Comunicación, mi profesión con visión</p> <p>Requerir la participación de los exestudiantes con sus testimonios en entrevistas donde cuenten su experiencia de lo que</p>

	<p>implica trabajar en una organización, y para quienes ejercen independiente cómo abrieron sus caminos en el campo de la comunicación.</p> <p>Objetivo B</p> <p>Impartir charlas – taller donde los profesionales compartan su experiencia de cómo emprender su vida profesional de manera independiente</p> <p>Mensaje B</p> <p>Aprendí y contribuyo</p> <p>Invitar a los profesionales a dictar charlas – taller de cómo iniciaron sus emprendimientos en el área de la comunicación, con duración máxima de 30 minutos.</p> <p>Memorias universitarias</p>	<p>Atraer a los exestudiantes a través de las memorias universitarias con la finalidad de acercarlos al centro de estudios.</p>
--	--	---

		<p>Invitar a los profesionales a través de videos cortos de 1 minuto sobre sus experiencias en la UPS.</p>
Redes sociales	<p>Objetivo A</p> <p>Las redes sociales son embajadores de los conocimientos y profesionalismo de las personas.</p>	<p>Mensaje A</p> <p>Mi red social, mi perfil profesional</p> <p>Recaltar la importancia de los contenidos que se publican y comparten en las redes sociales, son referente del tipo de persona y profesional que eres. Se pretende a través de las redes oficiales de seguimiento a graduados compartir contenido de valor para todos los</p>

		<p>seguidores e impulsar a replicar este sentido con sus cuentas personales.</p>
--	--	--

Tabla de Mensajes: Establece los objetivos y mensajes que se utilizaran para el desarrollo de las estrategias de comunicación.

Elaborado por: Victoria Montesdeoca

Canales de comunicación

Público objetivo	Mensajes clave	Canales de comunicación
Autoridades y docentes que intervienen en Seguimiento a Graduados	<p>Soy parte de Comunicación UPS</p> <p>Con este mensaje se pretende sensibilizar a los involucrados y que se sientan parte de la carrera, de sus triunfos y problemas.</p> <p>Participo y comparto</p> <p>Este mensaje se pretende no solo obtener la participación de los docentes y autoridades, sino también de compartir cada una de las</p>	<p>Plataformas comunicacionales</p> <p>Se realizarán reuniones para socializar los contenidos y actividades a desarrollar en Seguimiento a Graduados para conocimiento de todos.</p> <p>Publicar en las redes sociales oficiales, con hashtags que permitan identificar el contenido publicado y evaluar la relevancia.</p>

	experiencias en sus redes sociales.	
Estudiantes de la carrera de comunicación de la UPS.	<p>Comunicación Ups, mi identidad... mi compromiso</p> <p>Este mensaje pretende recordar a los profesionales y actuales estudiantes la importancia de pertenecer a un lugar, de sentirse identificado y cumplir con las responsabilidades que implican.</p> <p>La universidad en mi red social</p>	<p>Mediante reuniones telemáticas o redes sociales socializar el compromiso que tienen los profesionales graduados en la Salesiana y la importancia de pertenecer a esta institución con la finalidad de que puedan sentirse atraídos nuevamente por el centro de estudios y las actividades que desarrolla.</p> <p>Involucrar a los estudiantes en la gestión de relaciones públicas de la universidad a través de sus redes sociales</p>
Graduados de la carrera de Comunicación Social	Comunicación, mi profesión con visión	Pretende a través de sus testimonios compartir nuevas

	<p>Aprendí y contribuyo</p> <p>experiencias a los estudiantes actuales para que abran su visión del campo laboral que implica la carrera.</p> <p>A través de una charla – taller dar pautas para que los profesionales puedan ejercer de manera independiente su carrera.</p> <p>Mediante videos cortos de 1 minuto contar su experiencia y anécdotas en la UPS.</p> <p>Memorias universitarias</p>	
Redes Sociales	Mi red social, mi perfil profesional	Las redes sociales que se abordaran son Facebook, Instagram y Twitter. Además del servicio de mensajería de WhatsApp.

Tabla de Canales de Comunicación: Establece los mensajes que se utilizaran, el público al que van dirigido y el objetivo de cada uno en el desarrollo de las estrategias de comunicación.

Elaborado por: Victoria Montesdeoca

Programación a 1 año de trabajo

FECHA	ACTIVIDAD	MEDIO	RESPONSABLES
Primera semana de febrero	Socialización de la gestión que realiza seguimiento a graduados y cómo involucra a docentes y administrativos para su efectivo desarrollo.	Plataformas comunicacionales	Coordinador de Seguimiento a Graduados
Segunda semana de febrero	Elaboración del plan de mejoras de la carrera para el área de Seguimiento a graduados	Plataformas comunicacionales	Coordinador de Seguimiento a Graduados y Coordinación de Vinculación con la Sociedad, Carrera de Comunicación
Tercera semana de febrero	Convocatoria abierta a todos los estudiantes para ser parte del equipo de trabajo de seguimiento a graduados comunicación.	Redes Sociales	Coordinador de Seguimiento a Graduados & Responsable de la Fan Page de Comunicación Coordinador de Seguimiento a Graduados

	Socialización de las estrategias de comunicación propuestas con Vinculación con la Sociedad	Plataformas comunicacionales	
Cuarta semana de febrero	Convocatoria abierta a todos los estudiantes para ser parte del equipo de trabajo de seguimiento a graduados comunicación.	Redes Sociales	Coordinador de Seguimiento a Graduados & Responsable de la Fan Page de Comunicación
	Selección del equipo de trabajo de seguimiento a graduados comunicación, UPS.	Redes Sociales	Coordinador de Seguimiento a Graduados & Responsable de la Fan Page de Comunicación
Primera semana de marzo	Reunión con el equipo de trabajo para definir responsabilidades y actividades a desarrollar.	Plataformas comunicacionales	Coordinador de Seguimiento a Graduados y Coordinación de Vinculación con la Sociedad, Carrera de Comunicación

	Planificación de la campaña “Comunicación UPS, mi identidad, mi compromiso”	Plataformas comunicacionales	Coordinador de Seguimiento a Graduados y equipo de trabajo.
	Planificación de la campaña “Mi Bolsa de empleo”	Plataformas comunicacionales	Coordinador de Seguimiento a Graduados y equipo de trabajo.
Segunda semana de marzo	Planificación de la campaña “Soy parte de comunicación UPS”	Plataformas comunicacionales	Equipo de Seguimiento a graduados
	Planificación de la campaña “Participo y comparto”	Plataformas comunicacionales	Equipo de Seguimiento a graduados
Tercera semana de marzo	Elaboración y diseño de artes para invitar a los exestudiantes a reuniones telemáticas.	Plataformas comunicacionales	Equipo de Seguimiento a graduados
	Elaboración de material comunicacional para la bolsa de empleo	Plataformas comunicacionales	Equipo de Seguimiento a graduados

Cuarta semana de marzo	Revisión y aprobación de artes para invitar a los exestudiantes a reuniones telemáticas Capacitación a los docentes y administrativos UPS sobre cómo compartir y replicar información en las redes sociales	Plataformas comunicacionales Plataformas comunicacionales Redes Sociales	Equipo de Seguimiento a graduados Equipo de Seguimiento a graduados
Primera semana de abril	Revisión de perfiles y elaboración de contenido para entrevistas.	Plataformas comunicacionales	Equipo de Seguimiento a graduados.
Segunda semana de abril	Revisión de contenido para entrevistas Envío de invitaciones para reuniones telemáticas a exestudiantes	Plataformas comunicacionales Plataformas comunicacionales	Coordinador de seguimiento a graduados Equipo de Seguimiento a graduados
Tercera semana de abril	Seguimiento y confirmación de citas	WhatsApp Redes Sociales	Equipo de Seguimiento a graduados

Cuarta semana de abril	Entrevistas a exestudiantes	Plataformas comunicacionales	Equipo de Seguimiento a graduados
Primera semana de mayo	Entrevistas a exestudiantes	Plataformas comunicacionales	Equipo de Seguimiento a graduados
Segunda semana de mayo	Producción y publicación de entrevistas en las redes sociales.	Plataformas comunicacionales Redes sociales	Equipo de Seguimiento a graduados.
Tercera semana de mayo	Elaborar contenido para redes sociales sobre las entrevistas	Inhouse	Equipo de Seguimiento a graduados
Cuarta semana de mayo	Reunión con el equipo de trabajo para evaluar las estrategias desarrolladas, el rendimiento de la fan page y otras páginas en redes sociales	Plataformas comunicacionales Redes sociales	Equipo de Seguimiento a graduados.
Primera semana de junio	Planificación de charlas – taller y confirmación de invitados	Plataformas comunicacionales	Equipo de Seguimiento a graduados

	Programación y publicación de contenido sobre las entrevistas	Redes sociales	Equipo de Seguimiento a graduados
Segunda semana de junio	Elaboración de material comunicacional para las charlas – taller Programación y publicación de contenido sobre las entrevistas.	Plataformas comunicacionales Inhouse	Equipo de Seguimiento a graduados Equipo de Seguimiento a graduados.
Tercera semana de junio	Convocatoria para participar en las charlas – taller con los graduados de la carrera.	Redes sociales	Coordinador de seguimiento a graduados.
Cuarta semana de junio	Convocatoria para participar en las charlas – taller con los graduados de la carrera.	Redes sociales	Coordinador de seguimiento a graduados.
Primera semana de julio	Charlas – taller con los graduados de la carrera.	Redes sociales	Coordinador de seguimiento a graduados.
Segunda semana de julio	Elaboración de Contenido para redes sociales sobre	Redes Sociales	Equipo de Seguimiento a graduados

	<ul style="list-style-type: none"> - Cómo elaborar tu hoja de vida - Importancia de estar inscrita en una bolsa de empleo. - Tutorial de cómo inscribirse en la Bolsa de empleo de la UPS. 		
Tercera semana de julio	<p>Elaboración de Contenido para redes sociales sobre</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cómo elaborar tu hoja de vida - Importancia de estar inscrita en una bolsa de empleo. <p>Tutorial de cómo inscribirse en la Bolsa de empleo de la UPS.</p>	Inhouse	Equipo de Seguimiento a graduados
Cuarta semana de julio	<p>Revisión de contenido para redes sociales sobre la bolsa de empleo</p>	Plataformas comunicacionales	Equipo de Seguimiento a graduados

Primera semana de agosto	Programación y publicación de contenido para redes sociales sobre la bolsa de empleo	Redes Sociales	Equipo de Seguimiento a graduados
Segunda semana de agosto	Invitación a través de las redes sociales para actualizar sus datos profesionales en una encuesta.	Redes sociales	Equipo de Seguimiento a graduados.
Tercera semana de agosto	Invitación a través de las redes sociales para actualizar sus datos profesionales en una encuesta.	Redes sociales	Equipo de Seguimiento a graduados.
Cuarta semana de agosto	Invitación a través de las redes sociales para inscribirse en la bolsa de empleo de la UPS	Redes sociales	Equipo de Seguimiento a graduados.
Primera semana de septiembre	Invitación a través de las redes sociales para inscribirse en la bolsa de empleo de la UPS. Reunión con la coordinación de Vinculación con la	Redes sociales Plataformas comunicacionales	Equipo de Seguimiento a graduados. Coordinación de seguimiento a graduados y coordinación de

	Sociedad para revisión y evaluación de estrategias efectuadas en Seguimiento a Graduados		vinculación con la sociedad.
Segunda semana de septiembre	Invitación a través de las redes sociales para inscribirse en la bolsa de empleo de la UPS.	Redes sociales	Equipo de Seguimiento a graduados.
Tercera semana de septiembre	Levantamiento de base de datos de los inscritos en la Bolsa de Empleo, carrera de Comunicación	Plataformas comunicacionales Bolsa de empleo UPS	Equipo de Seguimiento a graduados.
Cuarta semana de septiembre	Levantamiento de base de datos de los inscritos en la Bolsa de Empleo, carrera de Comunicación	Plataformas comunicacionales Bolsa de empleo UPS	Equipo de Seguimiento a graduados.
Primera semana de octubre	Elaboración y diseño de artes para invitar a los exestudiantes a reuniones telemáticas.	Plataformas comunicacionales	Equipo de Seguimiento a graduados

Segunda semana de octubre	Revisión y aprobación de artes para invitar a los exestudiantes a reuniones telemáticas.	Plataformas comunicacionales	Equipo de Seguimiento a graduados.
Tercera semana de octubre	Revisión de perfiles y elaboración de contenido para entrevistas.	Plataformas comunicacionales	Equipo de Seguimiento a graduados.
Cuarta semana de octubre	Revisión de contenido para entrevistas Envío de invitaciones para reuniones telemáticas a exestudiantes	Plataformas comunicacionales Plataformas comunicacionales	Coordinador de seguimiento a graduados Equipo de Seguimiento a graduados
Primera semana de noviembre	Seguimiento y confirmación de citas	WhatsApp Redes Sociales	Equipo de Seguimiento a graduados
Segunda semana de noviembre	Entrevistas a exestudiantes	Plataformas comunicacionales	Equipo de Seguimiento a graduados
Tercera semana de noviembre	Entrevistas a exestudiantes	Plataformas comunicacionales	Equipo de Seguimiento a graduados

Cuarta semana de noviembre	Producción y publicación de entrevistas en las redes sociales.	Plataformas comunicacionales Redes sociales	Equipo de Seguimiento a graduados.
Primera semana de diciembre	Socialización con docentes y administrativos sobre la información compartida y publicada en redes sociales y su replicación en los perfiles personales.	Plataformas comunicacionales	Coordinación de Seguimiento a graduados, docentes y administrativos de la Carrera de Comunicación, UPS.
Segunda semana de diciembre	Planificación de la campaña Memorias universitarias	Plataformas comunicacionales	Equipo de Seguimiento a graduados.
Tercera semana de diciembre	Invitación a los profesionales a participar en la campaña Memorias Universitarias	Redes sociales	Equipo de Seguimiento a graduados
Cuarta semana de diciembre	Invitación a los profesionales a participar en la campaña Memorias Universitarias	Redes sociales	Equipo de Seguimiento a graduados
Primera semana de enero	Recepción de video sobre la campaña Memorias Universitarias	Redes sociales	Equipo de Seguimiento a graduados

Segunda semana de enero	Producción de videos sobre la campaña Memorias Universitarias	Inhouse	Equipo de Seguimiento a graduados
Tercera semana de enero	Revisión de videos sobre la campaña Memorias Universitarias	Plataformas comunicacionales	Coordinación de seguimiento a graduados
Cuarta semana de enero	Programación y publicación de los videos Memorias Universitarias	Redes sociales	Equipo de Seguimiento a graduados
Primera semana de febrero	Programación y publicación de los videos Memorias Universitarias	Redes sociales	Equipo de Seguimiento a graduados
Segunda semana de febrero	Programación y publicación de los videos Memorias Universitarias	Redes sociales	Equipo de Seguimiento a graduados
Tercera semana de febrero	Reunión para evaluación de resultados	Plataformas comunicacionales	Coordinador de Seguimiento a Graduados y Coordinación de Vinculación con la Sociedad, Carrera de Comunicación

Cuarta semana de febrero	Informe de gestión durante el primer semestre al Consejo Consultivo	Plataformas comunicacionales	Coordinador de Seguimiento a Graduados y Coordinación de Vinculación con la Sociedad, Carrera de Comunicación
--------------------------------	---	---------------------------------	--

Tabla de Objetivos. Indica los objetivos operativos y comunicaciones que se deben cumplir para el desarrollo de las estrategias de comunicación.

Elaborado por: Victoria Montesdeoca

Presupuesto

Actividad	Costo
Recursos Humanos	\$4800,00
Recursos Tecnológicos	\$2000,00
Servicios básicos	\$500,00
Promoción en Redes sociales	\$120,00
TOTAL	\$7420,00

Tabla de Recursos Humanos: Establece los costos estimados para el desarrollo de las estrategias de comunicación.

Elaborado por: Victoria Montesdeoca

El rubro de recursos humanos se puede eliminar si la universidad involucra a los estudiantes para el desarrollo de prácticas profesionales en esta área.

Medir y evaluar

Las estrategias de comunicación propuestas en este trabajo pretenden atraer a los profesionales de la comunicación graduados en la Salesiana mediante las diferentes campañas que lo involucran en contar sus testimonios y experiencias durante su estancia en el centro de educación superior y posteriormente en el desarrollo de su vida profesional.

También involucra al departamento administrativo y docentes de la carrera de Comunicación, quiénes cumplirán el rol de embajadores de la gestión realizada en la coordinación de seguimiento a graduados, cumplirán a través de las redes sociales un rol fundamental pues se encargarán de compartir cada una de las publicaciones que permiten tener mayor alcance a la audiencia universitaria y externa.

Finalmente, estas estrategias ponderan un incremento considerable en la participación de los actuales y ex estudiantes de la carrera de comunicación social, pues están enfocadas en su vida actual mezclando los conocimientos aprendidos en las aulas y enfocados en la tendencia que se desarrolla en las redes sociales donde se crea contenido de valor a través de vivencias, experiencias y capacitaciones de los usuarios para con la audiencia.

CONCLUSIONES

El presente trabajo de investigación plantea las estrategias de comunicación que el área de Seguimiento a graduados de la carrera de comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana debe seguir para tener cercanía y empatía con los profesionales, se tiene claro que si existen estrategias anteriores tanto del área de Dirección Técnica como de la carrera, pero no se han podido cumplir por varios factores mencionados anteriormente, el más importante el apoyo económico para designar un equipo de trabajo establecido. Sin embargo, con esta nueva propuesta se espera tener mayor acercamiento a los profesionales desde la realidad actual.

Entre los principales hallazgos encontrados en esta investigación es el rol que cumple el coordinador de seguimiento a graduados de la carrera, aunque parezca inusual esta posición tiene dos perspectivas. La primera perspectiva es frente a la dirección técnica de vinculación con la sociedad de la sede, lo cual considera que esta coordinación a través de su gestión permitió cumplir con los protocolos que exigen las instituciones gubernamentales y por consiguiente garantizar la acreditación universitaria. Por el contrario, la segunda perspectiva es desde la dirección de carrera y docentes quienes mediante la entrevista realizada mencionan desde su punto de vista la inconformidad que tienen los profesionales de la comunicación frente a toda la gestión que realiza la coordinación de Seguimiento a graduados. Esta perspectiva se mantiene por el diálogo cercano que mantienen con los profesionales graduados de la carrera y a quiénes cuando se solicita de manera personal su participación acuden al llamado de un exprofesor o amigo, pero no por el cariño que existe para la Salesiana.

Narcisa Medranda, en su calidad de directora de carrera en su intervención dejó claro que existe falta de identidad salesiana y esto involucra una serie de factores que los profesionales afrontan

durante su proceso de formación, porque es claro que existe cercanía entre ellos, pero no con el centro de estudios. Para corroborar esta información se realizó una encuesta virtual.

En esta encuesta se trató de conocer aspectos informativos sobre el año de graduación y mención estudiada, también identificar si se encuentran laborando actualmente y si dicho trabajo está relacionado con su profesión. Uno de los objetivos de esta encuesta es identificar la cantidad de profesionales que se encuentran laborando y el desempleo que existe siendo un 42% frente a las 106 personas que respondieron el cuestionario, el principal objetivo de la encuesta fue identificar cuáles son los intereses de los exestudiantes y que los involucra a mantener relación con el área de SG. La bolsa de empleo es la más importante para los profesionales y esto podemos acuñarlo a la falta de empleo que existe en el país y donde esta autora realiza énfasis en la carencia de líderes que se forman.

Con estos resultados es necesario recordarle a la universidad que debe procurar la formación de los estudiantes, entregando calidad y que apunte como objetivo final hacia la inserción laboral y no solo al egresamiento, pues al momento se califica al proceso educativo como regular y de poco alcance, la excelencia académica se queda en políticas discursivas. Las autoridades tanto institucionales como de la carrera deben comprometerse a formar comunicadores sociales de calidad capaces de desenvolverse en cualquier área de la comunicación y afrontar situaciones de crisis.

Por estos motivos se plantean diversas estrategias en este trabajo de investigación, entre los cuales se propone que los profesionales independientes cuenten su testimonio de cómo iniciaron su carrera, qué factores incurrieron en esta decisión y cuán difícil o fácil puede ser desarrollarse en el campo de la comunicación de manera individual y sin el respaldo de una empresa o medio de comunicación. La finalidad de esta propuesta es estimular el espíritu emprendedor y abrir nuevas

visiones en el campo laboral, siendo ellos capaces de ser generadores de empleo para nuevas generaciones.

Por otro lado, para la difusión de las estrategias propuestas el principal canal de información a utilizar son las redes sociales, que hoy por hoy son el principal medio de comunicación para los internautas en los diferentes campos. Las redes tienen diversos fines dependiendo quién las utilice, y cuál sea su principal objetivo, para la carrera y específicamente para el área de seguimiento a graduados se convertirá en el perfil profesional de cada uno de sus cuentahabientes. Es por esto por lo que se sugiere involucrarse más y no solo crear cuentas en aquellas redes donde aún no disponga un perfil, sino desarrollar campañas con estrategias claras para crear mayor engagement con los seguidores.

Una de las tácticas planteadas en este documento es crear videos cortos donde los graduados de la carrera indiquen quiénes son, en que campo de la comunicación se desenvuelven e inviten a los colegas a inscribir en la universidad. Así se aplica la tendencia del momento de compartir a través de videos o reels la información, sino que además se da una promoción publicitaria de reconocidos profesionales en el Ecuador formados en la Universidad Politécnica Salesiana.

Todas las estrategias planteadas para esta coordinación son replicables para cualquier otra carrera acopladas a la formación profesional, donde su principal objetivo es que los exalumnos vociferen con orgullo pertenecer a la Salesiana incentiven a otras personas que estudien en la universidad. En el caso de los profesionales que se encuentran estudiando en el extranjero el objetivo es que ellos sirvan de embajadores de la educación en el Ecuador.

Es fundamental recomendar a los docentes en las aulas que deben inculcar a los estudiantes la importancia de ejercer su profesión, no centrarse solo en culminar una carrera universitaria, pero sobre todo a ser profesionales independientes y no con la mentalidad de buscar un trabajo.

La universidad debe aportar nuevas experiencias para los graduados como facilitar seminarios que amplíen la formación profesional de los comunicadores sociales, pero quiénes los dicten sean personas reconocidas en el medio, con amplia experiencia demostrable que con el simple hecho de mencionar su nombre cualquier comunicador desee inscribirse. La Salesiana debe comprometerse con brindar educación superior de calidad y que sirva como referente para profesionales de otras universidades y sean capaces de competir en el exterior.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aljure, A. (2005). El plan estratégico de comunicación. En Master DirCom: los profesores tienen la palabra. Medellín: Joan Costa Design Grupo editorial.
- Andrade, H. (2005). Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica. Madrid: Netbiblio.
- Apolo Buenaño, D., Aliaga Sáez, F., & González, E. H. (2015). Reflexiones y propuestas en torno a comunicación, estrategia y planificación en instituciones. Razón y Palabra, 91.
- Aristizábal Giraldo, M. E., & Hernández García, D. (2014). ESTUDIO COMPARATIVO DE LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN UNIVERSIDADES PÚBLICAS CON ACREDITACIÓN DE ALTA CALIDAD EN ANTIOQUIA*. Folios 31, Facultad de Comunicaciones, Universidad de Antioquia, 91-106.
- Baltar, F., & Gentile, N. (2012). MÉTODOS MIXTOS PARA EL ESTUDIO DE LAS DECISIONES ESTRATÉGICAS EN LAS PYMES. Nulan, 1060 - 1071.
- Campaña Alvarez, M. A. (Marzo de 2015). Diseño de un Sistema de Gestión de Seguimiento de Inserción Laboral a los profesionales graduados en la Universidad Técnica de Ambato y su incidencia en los indicadores de la calidad. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana.
- Ceballos, A. (01 de Enero de 2020). Equipo Humano: soluciones innovadoras en gestión de personas. Obtenido de Equipo Humano: soluciones innovadoras en gestión de personas: <https://www.equipo humano.com/>

Cruz Batista, Y. (01 de Mayo de 2012). Contribuciones a las Ciencias Sociales. Posiciones Teóricas en torno a la Comunicación Organizacional. Las Tunas, Cuba: Universidad de las Tunas Vladimir Ilich Lenin.

Decreto Ejecutivo 865. (02 de Septiembre de 2011). Registro Oficial Suplemento 526. REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGANICA DE EDUCACION SUPERIOR. Quito, Pichincha, Ecuador.

Fernández Hernández, T., & Batista Quintero, L. R. (2016). Estrategia de comunicación interna para la gestión del conocimiento sobre desarrollo sostenible en la zona de defensa de la Sierrita, municipio Cumanayagua.. Universidad y Sociedad, 22-31.

García Hernández, Y., & González Romo, A. (2018). Reflexiones sobre la cultura organizacional desde el paradigma positivista y funcionalista de la ciencia. En U. A. Hidalgo, Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA, 6 (12) (pág. 12). Pachuca: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Garzón Castrillon, A. (20 de Febrero de 2018). Modelo para el Seguimiento y Acompañamiento a Graduados (SAG), una visión holística de la gestión de la calidad de la educación superior. Modelo para el Seguimiento y Acompañamiento a Graduados (SAG), una visión holística de la gestión de la calidad de la educación superior. Milagro, Guayas, Ecuador: Educación .

Gómez Fernández, D. (1995-1996). EL PROCESO COMUNICATIVO: UNA REVISIÓN . CAUCE, 787 - 815.

Guarín, M. (30 de Agosto de 2013). Paradigmas de la comunicación. Obtenido de Docente del Departamento de Comunicación en la Universidad Javeriana: <https://es.slideshare.net/>

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Pilar, L. (2014). Metodología de la Investigación. México: INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Jaime Santana, P., & Araujo Cabrera, Y. (2007). Clima y cultura organizacional ¿dos constructos para explicar un mismo fenómeno? Congreso Anual de AEDEM, 19.
- Ley 0. (02 de Agosto de 2018). LEY ORGANICA DE EDUCACION SUPERIOR, LOES. Registro Oficial Suplemento 298. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Martin, M. V. (2007). Planificación en Comunicación: Tres Aproximaciones a su Finalidad en las Organizaciones. Razón y Palabra, 55.
- Medranda, N. (09 de Diciembre de 2020). Seguimiento a Graduados, carrera de Comunicación UPS. (V. Montesdeoca, Entrevistador)
- Monje Alvarez, C. A. (2011). Metodología de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa. Neiva: Desconocido.
- Navarro-Espinosa, J., & Jalón de Santis, A. (2018). Estrategias de seguimiento a graduados como pilar fundamental de la calidad en la Educación Superior. Desconocido: Desconocido.
- Nivia, A. M., & Fajardo, G. C. (2016). Relaciones públicas y comunicación organizacional: Ejes de la comunicación "Guía de conceptos y saberes". Bogotá: UTADDO.
- Núñez Moscoso, J. (2017). LOS MÉTODOS MIXTOS EN LA INVESTIGACIÓN EN EDUCACIÓN: HACIA UN USO REFLEXIVO. Cadernos de Pesquisa v.47 n.164 , 632-649.
- Orihuela, J. L. (2002). INTERNET: NUEVOS PARADIGMAS DE LA COMUNICACIÓN. Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI, 77.

- Pagani, G. (2015). La comunicación como insumo de la gestión educativa. En F. d.-U. Palermo, Reflexión Académica en Diseño y Comunicación N°XXVI (págs. 216 - 218). Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación - Universidad de Palermo.
- Paredes, A. (2009). El papel del dircom en las organizaciones. Trabajo de grado para optar el título de Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas. El papel del dircom en las organizaciones. Trabajo de grado para optar el título de Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas.
- Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra. (2013). Instructivo para el Procedimiento de Seguimiento a Graduados de la PUCE-SI. Ibarra: PUCE.
- Portillo Ríos, R. G. (2012). LA COMUNICACIÓN EXTERNA EN UNIVERSIDADES PRIVADAS CON ESTUDIOS A DISTANCIA EN PREGRADO. Razón y Palabra, 79.
- Rodríguez Cruz, Y., & Del Pino Más, T. (2017). Rutas para una gestión estratégica y articulada de la información y la comunicación en contextos organizacionales. Alcance, 3-31.
- Rosas, P. (9 de Diciembre de 2020). Seguimiento a Graduados, carrera de Comunicación - UPS. (V. Montesdeoca, Entrevistador) Zoom.
- Suarez, I. (15 de Febrero de 2016). Modelo de gestión comunicativa en las organizaciones. Modelo de gestión comunicativa en las organizaciones. Obtenido de Prezi: www.prezi.com
- Tufiño, V. (10 de Diciembre de 2020). Seguimiento a Graduados, carrera de Comunicación - UPS. (V. Montesdeoca, Entrevistador)
- Universidad Casa Grande. (2012). POLÍTICA DE VINCULACIÓN Y SEGUIMIENTO A LOS EGRESADOS Y. Guayaquil: Universidad Casa Grande.

Universidad Politécnica Salesiana. (12 de Octubre de 2012). Reglamento de Vinculación con la Sociedad. Reglamento de Vinculación con la Sociedad. Quito.

Universidad Politécnica Salesiana. (15 de Abril de 2015). Artículo 11. Estatuto de la Universidad Politécnica Salesiana. Quito, Pichincha, Ecuador.

Universidad Politécnica Salesiana. (15 de Abril de 2015). Reglamento de Seguimiento a Graduados de la Universidad Politécnica Salesiana. Reglamento de Seguimiento a Graduados de la Universidad Politécnica Salesiana. Quito, Pichincha, Ecuador.

Universidad Politécnica Salesiana. (01 de Enero de 2020). Universidad Politécnica Salesiana. Obtenido de Universidad Politécnica Salesiana: www.ups.edu.ec

Vargas Cordero, Z. R. (2009). LA INVESTIGACIÓN APLICADA: UNA FORMA DE CONOCER LAS REALIDADES CON EVIDENCIA CIENTÍFICA. Educación, 155-165.

Villagomez, P. (12 de Diciembre de 2020). Seguimiento a Graduados, carrera de Comunicación UPS. (V. Montesdeoca, Entrevistador)

Workneh. (2017). Инновационные подходы к обеспечению качества в здравоохраненииNo Title. Desconocido: Вестник Росздравнадзора.

ANEXOS

Anexo 1:

Ley Orgánica de Educación Superior

LEY ORGANICA DE EDUCACION SUPERIOR, LOES

Ley 0
Registro Oficial Suplemento 298 de 12-oct.-2010
Ultima modificación: 02-ago.-2018
Estado: Reformado

NOTA GENERAL:

Por disposición del Decreto Ejecutivo No. 97, publicado en el Registro Oficial Suplemento 53 de 8 de agosto del 2017, el artículo 7 dispone: Asúmase la representación y funciones del Ministro que dirige la Política de Producción, establecida en el artículo 167 de esta Ley, que determina la integración del Consejo de Educación Superior.

Mediante las reformas incorporadas a esta Ley (Art. 171), publicada en el Registro Oficial Suplemento 297 del 2 de Agosto del 2018, el nombre del Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad -CEAACES- cambia por Consejo de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior -CACES.

LEY ORGANICA DE EDUCACION SUPERIOR

PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA

Oficio No. T. 4454-SNJ-10-1512

Quito, 6 de octubre de 2010

Señor Ingeniero
Hugo Enrique Del Pozo Barrezueta
DIRECTOR DEL REGISTRO OFICIAL
En su despacho

De mi consideración:

Adjunto al presente encontrará el oficio No. SAN-2010-672 del 4 de octubre de 2010, suscrito por el doctor Francisco Vergara, Secretario General de la Asamblea Nacional, del cual consta la certificación de que la Asamblea Nacional, no trató dentro del plazo de treinta días, señalado en el tercer inciso del artículo 138 de la Constitución de la República, la objeción parcial que presentara el señor Presidente Constitucional de la República, con fecha 3 de septiembre de 2010, respecto del Proyecto de Ley Orgánica de Educación Superior.

Por lo que, por disposición del señor Presidente Constitucional de la República, acompaño el texto del Proyecto de Ley Orgánica de Educación Superior en el que se encuentran incorporadas las objeciones que formuló al indicado proyecto el señor Presidente Constitucional de la República, para que, conforme dispone el cuarto inciso del artículo 138 de la Constitución de la República, la publique como Ley de la República en el Registro Oficial.

Para el propósito señalado, adjunto los siguientes documentos:

1. Oficio No. PAN-FC-010-1405, de 5 de agosto de 2010, mediante el cual el Presidente de la Asamblea Nacional remitió a la Presidencia de la República el proyecto de LEY ORGANICA DE EDUCACION SUPERIOR.
2. Copia certificada del oficio No. T.4454-SNJ-10-1477 de 4 de octubre de 2010, firmado por el suscrito, mediante el cual se solicitó de la Asamblea Nacional la certificación sobre si es que se llegó a discutir y aprobar o no, por parte del Pleno de la Asamblea Nacional, la objeción parcial propuesta

Art. 135.- Celebración de convenios por parte de institutos superiores y conservatorios superiores.- Los institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y conservatorios superiores podrán celebrar convenios de homologación de carreras y programas con otros centros de educación superior nacionales o del exterior, de lo cual informarán el órgano rector de la política pública de educación superior, para su evaluación y supervisión.

Nota: Artículo reformado por artículo 99 de Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 297 de 2 de Agosto del 2018 .

Art. 136.- Trabajos realizados por investigadores y expertos extranjeros.- El reporte final de los proyectos de investigación deberán ser entregados por los centros de educación superior, en copia electrónica a el órgano rector de la política pública de educación superior.

Esta información será parte del Sistema Nacional de Información de la Educación Superior.

Nota: Artículo reformado por artículo 100 de Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 297 de 2 de Agosto del 2018 .

Art. 137.- Entrega de información al órgano rector de la política pública de educación superior.- Las instituciones del Sistema de Educación Superior obligatoriamente suministrarán al órgano rector de la política pública de educación superior la información que le sea solicitada.

Nota: Artículo reformado por artículo 101 de Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 297 de 2 de Agosto del 2018 .

Art. 138.- Fomento de las relaciones interinstitucionales entre las instituciones de educación superior.- Las instituciones del Sistema de Educación Superior fomentarán las relaciones interinstitucionales entre universidades, escuelas politécnicas e institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y conservatorios superiores tanto nacionales como internacionales, a fin de facilitar la movilidad docente, estudiantil y de investigadores, y la relación en el desarrollo de sus actividades académicas, culturales, de investigación y de vinculación con la sociedad.

El Consejo de Educación Superior coordinará acciones con el organismo rector de la política educativa nacional para definir las áreas que deberán robustecerse en el bachillerato, como requisito para ingresar a un centro de educación superior.

Art. 139.- Articulación de carreras y programas pedagógicos.-

Nota: Artículo derogado por artículo 102 de Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 297 de 2 de Agosto del 2018 .

Art. 140.- Articulación de los programas y actividades de investigación del sector público con el Sistema de Educación Superior.- Los centros e instituciones del Sector Público que realicen investigaciones en cualquier área, articularán sus actividades de investigación con una universidad o escuela politécnica pública.

Art. 141.- Difusión y promoción de carreras o programas académicos.- La difusión y promoción de carreras o programas académicos que realicen las instituciones de educación superior serán claras y precisas, de manera tal que no generen falsas expectativas ni induzcan a confusión entre los diferentes niveles de formación; la inobservancia será sancionada por el Consejo de Educación Superior de acuerdo con la Ley.

Art. 142.- Sistema de seguimiento a graduados.- Todas las instituciones del sistema de educación superior, públicas y particulares, deberán instrumentar un sistema de seguimiento a sus graduados y

sus resultados serán remitidos para conocimiento del Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior.

Art. 143.- Bibliotecas.- Las instituciones de educación superior públicas y particulares desarrollarán e integrarán sistemas interconectados de bibliotecas a fin de promover el acceso igualitario a los acervos existentes, y facilitar préstamos e intercambios bibliográficos. Participarán en bibliotecas digitales y sistemas de archivo en línea de publicaciones académicas a nivel mundial.

Art. 144.- Trabajos de Titulación en formato digital.- Todas las instituciones de educación superior estarán obligadas a entregar los trabajos de titulación que se elaboren para la obtención de títulos académicos de grado y posgrado en formato digital para ser integradas al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

Nota: Artículo sustituido por artículo 103 de Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 297 de 2 de Agosto del 2018 .

TITULO VIII

AUTODETERMINACION PARA LA PRODUCCION DEL PENSAMIENTO Y CONOCIMIENTO

CAPITULO 1

DEL PRINCIPIO DE AUTODETERMINACION PARA LA PRODUCCION DEL PENSAMIENTO Y CONOCIMIENTO

Art. 145.- Principio de autodeterminación para la producción del pensamiento y conocimiento.- El principio de autodeterminación consiste en la generación de condiciones de independencia para la enseñanza, generación y divulgación de conocimientos en el marco del diálogo de saberes, la universalidad del pensamiento, y los avances científico-tecnológicos locales y globales.

Art. 146.- Garantía de la libertad de cátedra e investigativa.- En las universidades y escuelas politécnicas se garantiza la libertad de cátedra, en pleno ejercicio de su autonomía responsable, entendida como la facultad de la institución y sus profesores para exponer, con la orientación y herramientas pedagógicas que estimaren más adecuadas, los contenidos definidos en los programas de estudio.

De igual manera se garantiza la libertad investigativa, entendida como la facultad de la entidad y sus investigadores de buscar la verdad en los distintos ámbitos, sin ningún tipo de impedimento u obstáculo, salvo lo establecido en la Constitución y en la presente Ley.

Concordancias:

CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR, Arts. 355

CAPITULO II

PERSONAL ACADEMICO

Art. 147.- Personal académico de las universidades y escuelas politécnicas.- El personal académico de las universidades y escuelas politécnicas está conformado por profesores o profesoras e investigadores o investigadoras.

El ejercicio de la cátedra y la investigación podrán combinarse entre sí, lo mismo que con actividades de dirección, si su horario lo permite, sin perjuicio de lo establecido en la Constitución, esta Ley, el Reglamento de Carrera y Escalafón del Profesor e Investigador del Sistema de Educación Superior, y el régimen especial establecido en esta Ley para las instituciones de educación superior particulares.

Anexo 2:

Reglamento General a la Ley Orgánica de Educación Superior



No imprimir este documento a menos que sea absolutamente necesario



REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGANICA DE EDUCACION SUPERIOR

Decreto Ejecutivo 865
Registro Oficial Suplemento 526 de 02-sep.-2011
Estado: Vigente

Rafael Correa Delgado
PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPUBLICA

Considerando:

Que el número 5 del artículo 147 de la Constitución de la República del Ecuador establece que corresponde al Presidente de la República dirigir la administración pública en forma desconcentrada y expedir los decretos necesarios para su organización, regulación y control;

Que en cumplimiento con la Disposición Transitoria Primera de la Constitución de la República del Ecuador, la Asamblea Nacional, expide la Ley Orgánica de Educación Superior, publicada en el Segundo Registro Oficial Suplemento No. 298 del 12 de octubre de 2010 ;

Que la Ley Orgánica de Educación Superior, define los principios, garantiza el derecho a la educación superior de calidad que propenda a la excelencia, al acceso universal, permanencia, movilidad y egreso sin discriminación alguna;

Que con la vigencia de la Ley Orgánica de Educación Superior se establecen las regulaciones para el Sistema de Educación Superior, los organismos e instituciones que lo integran, determina los derechos, deberes y obligaciones de las personas naturales y jurídicas, y establece las respectivas sanciones por el incumplimiento de las disposiciones constitucionales y las contenidas en ese instrumento legal;

Que la Educación Superior tiene como fines ser de carácter humanista, cultural y científica, constituyéndose como un derecho de las personas y un bien público social que, de conformidad con la Constitución de la República, responderá al interés público y no estará al servicio de intereses individuales y corporativos;

Que para cumplir con el objetivo establecido en la Ley Orgánica de Educación Superior y alcanzar sus fines, es necesario expedir un reglamento general que permita la correcta aplicación de los principios constitucionales y legales en el ámbito de aplicación de la Ley Orgánica de Educación Superior;

En ejercicio de las facultades previstas en el número 13 del artículo 147 de la Constitución de la República.

Decreta:

Expedir el presente Reglamento General a la Ley Orgánica de Educación Superior:

TITULO I
DE LAS NORMAS RELATIVAS A LOS PRINCIPIOS RECTORES DEL
SISTEMA DE EDUCACION SUPERIOR

CAPITULO I
DE LAS AUTORIDADES ACADEMICAS

Anexo 3:

Consejo Superior, Reglamento de Seguimiento a Graduados de la Universidad Politécnica Salesiana



DISPOSICIONES GENERALES

PRIMERA.- Las Direcciones Técnicas de Vinculación con la Sociedad de Sede, en base a la información de cada carrera de grado o programa de posgrado, elaborarán el Banco de Datos de todos los profesionales graduados en las diferentes carreras, programas y modalidades, desde la primera promoción para conocer su estado actual; y luego lo hará cronológicamente por promociones.

SEGUNDA.- El presente Reglamento comenzará a regir a partir de la fecha de su aprobación.

Dado en la ciudad de Cuenca, a los 15 días del mes de abril de 2015.



Javier Herrán Gómez, sdb.
RECTOR



Ana María Reino Molina
SECRETARIA GENERAL

CERTIFICO:
Que, el presente documento "Reglamento de Seguimiento a Graduados de la Universidad Politécnica Salesiana" fue aprobado por el Consejo Superior mediante Resolución N° 038-04-2015-04-15, de fecha 15 de abril de 2015. Al efecto, se deroga el documento "Diseño e implementación del sistema de seguimiento a Graduados", aprobado por el Consejo Superior mediante Resolución N° 0018-02-2012-03-14 de fecha 14 de marzo de 2012.



Ana María Reino Molina
SECRETARIA GENERAL



Turuhuayco 3-69 y Calle Vieja • T.B.X. (+593 7) 2050000 • Fax: 4088958 • Casilla Postal: 2074
e-mail: rector@ups.edu.ec • www.ups.edu.ec • Cuenca - Ecuador

Resolución N° 038-04-2015-04-15

Página 10 de 10

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA



EL CONSEJO SUPERIOR

CONSIDERANDO:

- a) Que, el Art. 142 de la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES) hace referencia al Sistema de seguimiento a graduados y manifiesta que todas las instituciones del sistema de educación superior, públicas y particulares, deberán instrumentar un sistema de seguimiento a sus graduados y sus resultados serán remitidos para conocimiento del Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior.
- b) Que, el Art. 107 de la Ley Orgánica de Educación Superior señala que: “El principio de pertinencia consiste en que la educación superior responda a las expectativas y necesidades de la sociedad, a la planificación nacional, y al régimen de desarrollo, a la prospectiva de desarrollo científico, humanístico y tecnológico mundial, y a la diversidad cultural. Para ello, las instituciones de educación superior articularán su oferta docente, de investigación y actividades de vinculación con la sociedad, a la demanda académica, a las necesidades de desarrollo local, regional y nacional, a la innovación y diversificación de profesiones y grados académicos, a las tendencias del mercado ocupacional local, regional y nacional, a las tendencias demográficas locales, provinciales y regionales; a la vinculación con la estructura productiva actual y potencial de la provincia y la región, y a las políticas nacionales de ciencia y tecnología”.
- c) Que, el Art. 26 del Reglamento a la Ley Orgánica de Educación Superior indica: “Del sistema de seguimiento a graduados.- La SENESCYT diseñará los procedimientos necesarios para que las instituciones de educación superior instrumenten un sistema de seguimiento a los graduados, el cual será parte del SNIASE. Los resultados de este sistema serán notificados al CEAACES anualmente”.
- d) Que, es fundamental la integración de los profesionales graduados de las Universidades al mercado de trabajo para que sean propulsores del desarrollo nacional, para lo cual la institución formadora debe hacer el seguimiento correspondiente.
- e) Que, el seguimiento de graduados es un mecanismo que sirve para establecer vínculos dinámicos y participativos entre la Universidad y sus graduados, y que posibilita la incorporación de mejoras en los procesos formativos a través de la recopilación y análisis de información sobre el desempeño profesional y personal de los graduados, el grado de satisfacción de su formación profesional y los requerimiento de capacitación, servicios y estudios de posgrado.

Anexo 4:

Reglamento de Vinculación con la Sociedad UPS



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
REGlamento DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

CAPÍTULO I
NATURALEZA

Art. 1. La Universidad Politécnica Salesiana dentro de sus políticas de desarrollo académico fundamentales, asume la Vinculación con la Sociedad como una responsabilidad tanto académica, como social, siendo el referente más sensible de su inserción en la sociedad.

Entendemos por VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD las diversas relaciones que la Universidad Politécnica Salesiana establece con los demás componentes de la sociedad, en el orden académico, científico, cultural, social, laboral y de servicio, relacionándolas con las políticas académicas de investigación, planificación, evaluación, desarrollo curricular, posgrados, docencia; de manera crítica y constructiva.

Las diversas relaciones de la UPS con los ámbitos de la sociedad, buscan incidir en la construcción de una sociedad democrática, equitativa, intercultural y solidaria a través de la formación de sujetos sociales críticos con voluntad transformadora, con opción preferencial a los segmentos más desfavorecidos.

El presente Reglamento norma y coordina las actividades de Vinculación con la Sociedad de las diversas unidades académicas de la universidad.

CAPÍTULO II
FINES

Art. 2. El espíritu de la Vinculación con la Sociedad es fortalecer el compromiso social de la Universidad Politécnica Salesiana, con el propósito de permitir un avance en el desarrollo social mediante la academia en los distintos sectores de la sociedad, priorizando los sectores vulnerables, que será alcanzado con el fomento de las siguientes acciones:

- Generar procesos de Vinculación con la Sociedad articulados a la docencia, la investigación y gestión administrativa.

RESOLUCIÓN N° 0084-07-2012-10-17

Turuhuayco 3 - 69 y Calle Vieja • PBX: (593 7) 2862 529 • Fax: 4088958
E-mail: rector@ups.edu.ec • www.ups.edu.ec • Cuenca - Ecuador


Universidad Politécnica Salesiana
SECRETARÍA GENERAL

Página 1

Dado en Cuenca, a 17 de octubre de 2012



Javier Herrán Gómez, sb.
RECTOR



Dr. Jeffrey Zúñiga Ruilova
SECRETARIO GENERAL PROCURADOR

CERTIFICO:

Que el presente documento fue aprobado por el Consejo Superior de la Universidad Politécnica Salesiana mediante RESOLUCIÓN N° 0084-07-2012-10-17.



Dr. Jeffrey Zúñiga Ruilova
SECRETARIO GENERAL PROCURADOR



Anexo 5:

Graduados en la LOES y su reglamento



Graduados en la LOES y su Reglamento.

Ley Orgánica de Educación Superior (LOES).

Art. 47.- **Órgano colegiado académico superior.**- Las universidades y escuelas politécnicas públicas particulares obligatoriamente tendrán como autoridad máxima a un órgano colegiado académico superior que estará integrado por autoridades, representantes de los profesores, estudiantes y **graduados**.

Para el tratamiento de asuntos administrativos se integrarán a este órgano los representantes de los servidores y trabajadores.

Las universidades y escuelas politécnicas conformarán **Comités Consultivos de graduados** que servirán de apoyo para el tratamiento de los temas académicos. La conformación de estos comités se hará de acuerdo a lo que dispongan sus respectivos estatutos.

Art. 60.- **Participación de las y los estudiantes.**- La participación de las y los estudiantes en los organismos colegiados de cogobierno de las universidades y escuelas politécnicas públicas y privadas, en ejercicio de su autonomía responsable, será del 10% al 25% por ciento total del personal académico con derecho a voto, exceptuándose al rector o rectora, vicerrector o vicerrectora y vicerrectores o vicerrectoras de esta contabilización.

La **participación de los graduados** en los organismos colegiados de cogobierno de las universidades y escuelas politécnicas públicas y privadas, en ejercicio de su autonomía responsable, será **del 1% al 5% del personal académico con derecho a voto**, exceptuándose al rector o rectora, vicerrector o vicerrectora y vicerrectores o vicerrectoras de esta contabilización. Los graduados deberán tener como requisito haber egresado por lo menos cinco años antes de ejercer la mencionada participación.

La **elección** de representantes estudiantiles y **de los graduados** ante los órganos colegiados **se realizará por votación universal, directa y secreta**. Su renovación se realizará con la periodicidad establecida en los estatutos de cada institución; de no hacerlo perderán su representación. Para estas representaciones, procederá la reelección, consecutivamente o no, por una sola vez.

Art. 129.- **Notificación a la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación.**- Todas las instituciones de educación superior del país notificarán a la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación la **nómina de los graduados** y las especificaciones de los títulos que expida.

Esta información será parte del Sistema Nacional de Información de la Educación Superior.

Art. 142.- **Sistema de seguimiento a graduados.**- Todas las instituciones del sistema de educación superior, públicas y particulares, deberán instrumentar un **sistema de seguimiento a sus graduados** y sus resultados serán remitidos para conocimiento del Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior.

Reglamento General de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Art. 19.- **De la nómina de graduados y la notificación a la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación.**- Las instituciones de educación superior notificarán obligatoriamente a la SENESCYT la **nómina de los graduados** y las especificaciones de los títulos que expida, en un plazo no mayor de treinta días contados a partir de la fecha de graduación.

Una vez verificada la consistencia de la información proporcionada por las instituciones de educación superior, la **nómina de graduados será parte del SNIESE** y este será el único medio oficial a través del cual se verificará el reconocimiento y validez del título en el Ecuador. La SENESCYT emitirá certificados impresos únicamente cuando sean requeridos para uso en el extranjero o para fines judiciales. El título emitido por cualquier Universidad o Instituto de Educación Superior existente en el Ecuador no requerirá validación alguna, ni del CES ni del SENESCYT.

Para verificar la veracidad de la información proporcionada por las instituciones de educación superior, la SENESCYT implementará procesos de auditoría cuyos informes serán presentados al CES para que tome las medidas pertinentes.

Art. 26.- **Del sistema de seguimiento a graduados.**- La SENESCYT diseñará los procedimientos necesarios para que las instituciones de educación superior instrumenten un **sistema de seguimiento a los graduados**, el cual será parte del SNIESE.

Los resultados de este sistema serán notificados al CEAACES anualmente.

Disposiciones Generales:

Octava.- Si la elección de los representantes de los graduados ante los organismos colegiados de cogobierno de las universidades y escuelas politécnicas no se pudiera realizar como lo dispone la Ley, estos se conformarán sin la presencia de dichos representantes, siempre y cuando se compruebe ante el CES la imposibilidad de elegirlos.

Anexo 6:

Ficha Técnica entrevista a Ing. Verónica Tufiño, Dirección Técnica de Vinculación con la sociedad, UPS

Ficha Técnica		
Entrevistado: Ing. Verónica Tufiño		Cargo: Directora Técnica de Vinculación con la sociedad, UPS.
Fecha: 10-12-2020	Hora: 15h00	Responsable: Victoria Montesdeoca
Objetivo general:		
Pregunta 1: ¿Cuáles son los procesos institucionales que realiza la Dirección Técnica de Seguimiento a Graduados?		Conocer cada una de las fases que gestiona la dirección técnica
Pregunta 2: ¿Cuál es el aporte de la Dirección Técnica de Seguimiento a Graduados de la UPS frente a las coordinaciones de cada carrera?		Reconocer como contribuye la dirección técnica con las diferentes áreas de seguimiento a graduados de las carreras que imparte la UPS.
Pregunta 3: ¿Qué modelo de gestión recomendaría a la coordinación de Seguimiento a Graduados de la carrera de Comunicación?		Conocer si está de acuerdo con el modelo de gestión actual o se pretende realizar cambios de mejoras.

Anexo 7:

Entrevista a Ing. Verónica Tufiño

1) ¿Cuáles son los procesos institucionales que realiza la Dirección Técnica de Seguimiento a Graduados?

El proceso de seguimiento a graduados lo realizamos a nivel de las 3 sedes, es un proceso coordinado a través de Quito, Guayaquil y Cuenca todo comienza mediante la elaboración de una planificación anual general que se va a realizar, todo en base a los requerimientos de los organismos externos y las necesidades de la universidad, una vez que se tiene esta planificación esto se difunde a través de las diferentes carreras de la universidad tanto a las carreras de guayaquil, quito y de cuenca para que ellas procedan a la elaboración, dentro de esto también las mismas carreras se encargan de la elaboración de una planificación propia de la carrera en lo que es el área de seguimiento a graduados, se llama el plan de mejoras de seguimiento a graduados de la carrera, con ellos se planifica a nivel anual en este caso de enero a diciembre las diferentes actividades que va a realizar la carrera en pro y favor de los graduados y graduadas de la universidad.

2)Cuál es el aporte de la Dirección Técnica de Seguimiento a Graduados de la UPS frente a las coordinaciones de cada carrera.

Somos más que nada un órgano de gestión, de organización, de apoyo a las carreras, porque la verdad que puntúan y el trabajo que se realiza es en las mismas carreras, son ellos quienes coordinan con sus graduados, elaboran sus encuentros y las diversas actividades. Entonces nosotros como organismo de la universidad nos encargamos de ayudar en la gestión, ser el representante a nivel de organismos externos de las carreras, le explico: cuando viene el CACES o un organismo evaluador es a vinculación a quiénes vienen a solicitar la información que han llevado a cabo en el

área de seguimiento a graduados, entonces por ejemplo las carreras lo que hacen es informarnos de las diversas actividades, encuentros, graduados al aula, planes, esos informes generados nosotros llevamos, sistematizamos, condensamos , realizamos informes y todo esto y se mandan a los organismos externos.

A través de nosotros es quiénes se manejan en este caso esa vinculación obviamente con los organismos externos. Nuestro trabajo como vinculación es precisamente eso ser el lazo de la universidad tanto las organizaciones públicas y privadas a nivel nacional e internacional, es por ello que en vinculación llevamos a cargo lo que son los diversos convenios, proyectos que se realizan, las relaciones que se manejan de prácticas y pasantías con otras organizaciones, si bien es cierto las prácticas y pasantías las llevan los estudiantes dentro de cada carrera pero nuestro accionar está en buscar esa relación entre la universidad y las otras instituciones, y de igual manera en el área de seguimiento a graduados.

3) Qué modelo de gestión recomendaría a la coordinación de Seguimiento a Graduados de la carrera de Comunicación.

Hasta el momento nosotros nos hemos manejado muy bien, yo creo que el área de seguimiento a graduados más que nada realmente es una de las pocas áreas que ya llevan una planificación, llevan ya procesos determinados, formatos para informes y eventos estandarizados a nivel nacional, además de eso también que es lo que hacemos dentro de la dirección técnica de vinculación, nosotros prácticamente coordinamos con todas las carreras y hay un representante, un docente que lleva el área de seguimiento a graduados en su carrera, y de igual manera la bolsa de trabajo, lo que hacemos es reunirnos eventualmente para diferentes acciones, coordinar diferentes eventos, entonces en este sentido yo me siento muy orgullosa de que si realmente si ha seguido fluyendo,

las carreras encuentran un mecanismo, una instancia de apoyo para la gestión donde ya tenemos incluso un área para seguimiento a graduados, y se maneja un reglamento propio, entonces el hecho de ya tener procesos claros, reglamentos, representantes asignados, funciones y planificación a nivel general de las carreras y una planificación de la carrera creo que hace un modelo de gestión eficaz para poder trabajar.

Anexo 8:

Ficha Técnica entrevista a PhD. Narcisa Medranda, directora de Carrera de Comunicación, UPS

Ficha Técnica		
Entrevistado: PhD. Narcisa Medranda		Cargo: Directora de Carrera Comunicación, UPS.
Fecha: 09-12-2020	Hora: 18h00	Responsable: Victoria Montesdeoca
Objetivo general: Conocer las		
Pregunta 1: ¿Cuál es el impacto que se genera en la comunidad universitaria en el área de Seguimiento a graduados?		Conocer de acuerdo con la dirección de la carrera cuál es la importancia de esta área y que causa – efecto puede crear entre los estudiantes.
Pregunta 2: ¿Qué tipo de estrategias de comunicación considera usted se deben desarrollar en la coordinación de seguimiento a graduados?		Identificar de acuerdo con su perspectiva que estrategias aplicaría la dirección de carrera para el área de seguimiento a graduados.

Pregunta 3: ¿Qué tipo de programas han surgido a raíz del seguimiento a graduados?	Conocer cuáles son los diversos programas que se han implementado en el área de seguimiento a graduados.
Pregunta 4: ¿Cómo relaciona usted el término calidad de la educación con seguimiento a Graduados?	Pretende identificar la relación que existe entre el término calidad de la educación y su nexo directo con seguimiento a graduados.

Anexo 9:

Entrevista a Narcisa Medranda

1) ¿Cuál es el impacto que se genera en la comunidad universitaria en el área de Seguimiento a graduados?

El tema de seguimiento a graduados es una de las aristas sensibles no solo de la carrera yo creo que de la universidad y porque digo que sensible porque yo noto que en nuestros graduados sobre todo en las últimas promociones no hay el mismo cariño por la universidad, entonces cuando se los invita a participar en ciertas cosas cómo que no hay ese interés, yo en más de una ocasión participé en un evento de la PUCE de graduados y claro estos chicos decían mi alma mater me convoca y voy, y yo estuve en seguimiento a graduados y yo siento que ahí hay algo que no sé dónde está ni cómo se desprende pero que no logramos llegar a la gran cantidad de graduados, nosotros tenemos cerca de dos mil graduados como carrera y deberíamos tener en una convocatoria de cualquier taller mínimo cien, últimamente veo que hay una reacción porque inclusive en la JORCOM por ejemplo he visto mucha gente que se conectó al tema JORCOM por los 25 años, que estaban

comentando pero aún siento que hay que trabajar más, que no tenemos aún una incidencia mayor en el tema de graduados.

2) ¿Qué tipo de estrategias de comunicación considera usted se deben desarrollar en la coordinación de seguimiento a graduados?

Creo que primero hay que generar una identidad, que el graduado se identifique con la carrera, entonces yo partiría por ejemplo con memorias de graduados por la universidad, haciendo una campaña en redes en donde despierte las emociones tratando de trabajar el neuromarketing, trataría de hacer videítos cortos donde puedo colocar al graduado en sus diferentes etapas de manera que tenga esa sensibilidad por su carrera y sienta que es parte de.

Intentaría generar talleres o capacitación que les ofrezca a los graduados las herramientas que necesita, vamos a ver si yo estoy pensando en el graduado actual está necesitando saber sobre datos porque nosotros no salimos con datos ni estadísticas, y resulta ser que el mercado te lo pide, pensaría también en ofrecerle marketing digital, cómo puedes posicionarte, el tema del branding – posicionamiento de marca, de manera que yo pueda conectar al graduado con su carrera, de manera que cada vez que yo lo invite diga ahí pasan cosas y yo voy, y una tercera yo generaría un encuentro de amigos por promociones, la promoción del 2002 la ubico y la atraigo, porque el graduado no se quiere ver con el que no conoce pero si quiere verse con sus panas, pero esa es una estrategia que se puede utilizar como enganches, y la otra haría tipo torneos en donde hago que como estrategias que una promoción con otra compitan, porque además si tu encuentras comunicadores y le preguntas sobre los graduados de la UPS y ellos tienen grupos, yo hablaba con Juan Carlos Aizprúa y me dice “nosotros somos como 30 Narci y tenemos un chat en el WhatsApp que se llama UPS salesianos, y que nos contamos notas, y me pasa datos y le paso datos porque

somos un montón”, es decir, que ya hay un encuentro entre ellos, ahora hay que atraerlos a la universidad.

3) ¿Qué tipo de programas han surgido a raíz del seguimiento a graduados?

Cuando yo estuve teníamos uno que era el encuentro a graduados y la bolsa de empleo, que ese medio empezó a funcionar, porque yo justamente inauguré seguimiento a graduados en el 2013, y luego con Mauro ha nacido esto de graduados al aula, graduados en el extranjero donde mandan sus saludos y dicen sus experiencias, creo que son esas cosas puntuales y bueno los cursos de formación continua.

4) ¿Cómo relaciona usted el término calidad de la educación con seguimiento a Graduados?

La carrera de comunicación como tal tiene una buena formación, tal es así que nuestros comunicadores están en todos los frentes de comunicación, si fueran malos no estarían, significa que tenemos una educación de calidad, pero el seguimiento a graduados está tratando de posesionarlos pero no lo logramos, insisto el problema no es la formación, el problema es la pertenencia – la identidad, el que yo quiera a mi universidad, y eso es lo que yo trabajo duro en un tema de ir posicionando a la carrera para que los graduados se sientan orgullosos de su carrera.

La JORCOM nace para eso, no nace para otra cosa, primero a darle a los estudiantes que están algo diferente, pero al mismo tiempo que los graduados digan en mi carrera pasan cosas chéveres y vayan sintiendo que es su carrera y que tenga orgullo, y entonces que tengamos esa relación, los graduados deben aportar a la carrera, eso es lo que hace falta todavía.

5) Qué factores considera usted que están interfiriendo en el correcto desempeño de seguimiento a graduados

Tal vez no les estamos ofreciendo al graduado lo que necesita, el seguimiento va por un lado y los graduados por otro, falta hacer un levantamiento de diagnóstico REAL para poder a partir de ese diagnóstico elaborar un POA que te permita satisfacer las necesidades de los graduados, no estamos haciendo un vínculo real con empresas serías que te permitan conectar al graduado con el trabajo, no estamos incubando empresas para que nuestros graduados salgan emprendedores, no tenemos un espacio que conecte con universidades en el mundo donde puedan ir a hacer una maestría también.

Anexo 10:

Ficha Técnica entrevista a Mg. Patricia Villagómez, Coordinadora del área de Vinculación con la sociedad carrera de Comunicación, UPS.

Ficha Técnica		
Entrevistado: Mg. Patricia Villagómez		Cargo: Coordinadora del área de Vinculación con la Sociedad carrera de Comunicación, UPS.
Fecha: 12-12-2020	Hora: 10h00	Responsable: Victoria Montesdeoca
Objetivo general:		
Pregunta 1: ¿Cómo coordina el área de Vinculación con la Sociedad las actividades que desarrolla Seguimiento a Graduados de la carrera?		Conocer cuales cómo se interrelacionan el área de vinculación con la sociedad y seguimiento a graduados.

Pregunta 2: ¿Qué tipo de mejoras considera usted se deben realizar en esta área?	Identificar los correctivos que se deben realizar en el área de seguimiento a graduados, según la coordinación de vinculación con la sociedad.
Pregunta 3: ¿Cuál es el destino de los datos obtenidos de Seguimiento a Graduados?	Conocer qué actividades realiza vinculación con la sociedad con las encuestas que realiza año a año y qué utilidad le dan.

Anexo 11:

Entrevista a Patricia Villagómez

1) Cómo coordina el área de Vinculación con la Sociedad las actividades que desarrolla Seguimiento a Graduados de la carrera

La universidad tiene una organización interna que permite que el departamento de Vinculación con la Sociedad de la sede Quito que coordina las acciones de todas las carreras, no solamente de la carrera de comunicación social, tiene una estructura de apoyo hacia los docentes que asumen también este tipo de actividades de carácter administrativa, de tal forma que se planifica un POA dentro del plan operativo anual y dentro del plan de mejoras se estipulan las actividades que van a desarrollar de manera general todas las carreras en la universidad no solo sede Quito sino a nivel nacional y de manera particular aquellas actividades que corresponden a la sede y a la propia carrera, el docente encargado de seguimiento a graduados tiene una planificación anual que surge de las necesidades identificadas en los graduados y de aquellas que también están estipuladas dentro de la carta

de navegación es decir la planificación universitaria y el plan de mejoras que la carrera ha desarrollado.

2) ¿Qué tipo de mejoras considera usted se deben realizar en esta área?

Las acciones que están implementadas en el área de seguimiento a graduados son las oportunas e idóneas, es importante señalar que el graduado es un profesional ya y por tanto tienen una vida profesional, en el goce de sus funciones profesionales, de su vida familiar, las actividades que van desempeñando, las acciones que se han buscado implementar buscan involucrar y relacionar a los graduados con su aula grande que le formo para poder de esta manera motivar e impulsar a las nuevas generaciones en su formación académica, me parece que las actividades que se desarrollan ahora en el área de seguimiento a graduados como graduados en el extranjero, graduados en el aula, ofertas formativas específicas que existen para los graduados con una estipulación o un carácter importante por ser graduado de la salesiana en el caso de las ofertas de las maestrías son algunas de las actividades importantes que se desarrollan y se siguen desarrollando.

La articulación de seguimiento a graduados es compleja, implica también una bolsa de empleo, las ofertas que se van publicando las articula la universidad en función de la red de alianzas que se tiene y el responsable de seguimiento a graduados cumple un rol importante de comunicación, de cercanía, de seguimiento como la palabra lo dice de acompañamiento.

3) ¿Cuál es el destino de los datos obtenidos de Seguimiento a Graduados?

Se hace una encuesta nacional de carácter general, una encuesta que tiene una cantidad importante de preguntas, esta encuesta es proveída del departamento de vinculación y permite justamente ir ajustando las propuestas, los encuentros, las actividades, las temáticas

tanto de los cursos que se ofertan en educación continua como de aquellas actividades de relacionamiento idóneo con el grupo de graduados de la carrera, nosotros particularmente en la carrera de comunicación tenemos una relación importante con los graduados que permite que en los espacios en los cuáles ellos hoy se desarrollan como profesionales, acojan y reciban a los estudiantes que hoy se están formando en la carrera. Muchas de las alianzas estratégicas con otras organizaciones tanto en el sector privado como en el sector público permiten que justamente esta red llegue de colaboración que se ha extendido con los graduados, nos favorezca tanto a ellos como a nosotros para involucrar estudiantes por ejemplo en prácticas preprofesionales, en prácticas de vinculación, es súper satisfactorio encontrarnos con muchos graduados de nuestra hermosa carrera de la comunicación social desempeñando cargos de dirección, de coordinación, de visión estratégica sobre la gestión de la comunicación en algunas organizaciones y como alguna vez uno de ellos señalaba se va abriendo la puerta, la familia salesiana crece, se va abriendo la puerta a otros estudiantes de la universidad salesiana en esos contextos y de esa manera vamos justamente reforzando esos caracteres.

Como vez hay dos condiciones importantes tanto la red de alianza que se genera como la oferta en la formación a través de las redes de alianza que se van generando.

Anexo 12:

Ficha Técnica entrevista a Mg. Patricio Rosas, Ex coordinador del área de Seguimiento a Graduados de la carrera de Comunicación, UPS

Ficha Técnica		
Entrevistado: Mg. Patricio Rosas		Cargo: Ex coordinador del área de Seguimiento a Graduados, UPS.
Fecha: 09-12-2020	Hora: 15h00	Responsable: Victoria Montesdeoca
Objetivo general:		
Pregunta 1: ¿Qué funciones debe cumplir el área de Seguimiento a Graduados?		Conocer el conjunto de tareas y responsabilidades que tiene el coordinador de Seguimiento a graduados.
Pregunta 2: De la experiencia en la coordinación de Seguimiento a Graduados qué actividades recomendaría en la actualidad.		Identificar las actividades concretas que realiza el responsable del área de seguimiento a graduados para mejorar y cumplir su planificación.
Pregunta 3: Para una buena interrelación con los graduados qué medios son los adecuados.		Enlistar los medios de comunicación o redes sociales que sirven de nexo entre seguimiento a graduados y los profesionales de la carrera.

Anexo 13

Entrevista a Patricio Rosas

1) Qué funciones debe cumplir el área de Seguimiento a Graduados.

Según lo que los estatutos y la ley tanto ha organizado, ha sido un proceso en donde la reglamentación que se ha tenido ha buscado acercar a el papel de gestión que tiene la carrera con el papel de involucrar más a las actividades que puedan tener los graduados con esta misma carrera, porque una de las responsabilidades del POA (Programa de Organización Anual) que se hace por parte de la institución que tiene que establecer a los reglamentos que la misma disposición de la LOES manifiesta tiene que existir una vinculación. En principio la importancia que tienen es que debe organizarse de la siguiente manera:

Se tiene que crear un comité en donde se tiene que elegir a un representante por parte de los (profesionales) estudiantes en la institución, para las reuniones en consejo de carrera. Qué opto la carrera, cómo la carrera ha tenido la posibilidad de tener profesores que son graduados de la misma institución, se le delegó la función a un representante de los docentes que era graduado de la carrera, que es el que da la voz. En los últimos 4 años en lo que fue mi gestión hace unos 2 años atrás, porque Mauro Ruíz ya lleva un año en este ejercicio de la gestión, hubo la necesidad de renovar la nueva postura que tenía la institución y ese representante ya había tenido más de 3 o 4 años cumpliendo esta función durante el período de María del Carmen Ramírez, esta misma persona que estaba fungiendo como representante, y en los estatutos decía que tenía que haber un relevo, a la final se hace la consulta y se nombra como delegado a Diego Córdor, él como graduado de la carrera estrecha los lazos con los graduados. Cuál era la postura entonces, lo que dice el reglamento

es que la importancia que se tenía que era responsabilidad de la universidad velar por algunas cosas: 1. Bolsa de trabajo, 2. Todo el contexto de re semantizar todos los procesos académicos que se vienen dando y recuperar por ejemplo algunos espacios que la gente que esta fuera, ya graduada retroalimente (ese es el término) a la carrera, entonces la carrera en función de esa retroalimentaciones de los graduados organiza webinars, talleres de capacitación, actualizaciones y por otro lado programa de menos a más una relación con el proyecto de vinculación con la colectividad para gestar capacitaciones entre 20 y 40 horas, durante mi gestión y también la de Mauro que siguió hacíamos las jornadas de seguimiento a graduados, en mi gestión llegamos a hacer 4 y Mauro hizo 1 más, sino me equivoco se llegó a hacer hasta la novena gestión de seguimiento a graduados que era reunir, invitándolos para unos foros para atraer a profesionales del campo y las diferentes áreas en que se han formado y se han desarrollado los profesionales graduados de la carrera para que puedan retroalimentar a los chicos de octavo nivel de la carrera y mirar cuál es el futuro que se tenía en función del ejercicio profesional, otro de los aspectos importantes era de alguna manera tener diálogos cercanos con los estudiantes que se han graduado de manera antigua, tener una base de datos.

Se ha estado trabajando, ha sido bien difícil el trabajar las bases de datos, porque no tenemos una base de datos de la A a la Z, pues sabemos quiénes se han graduado, sin duda esa base de datos si hay, pero no sabemos dónde están, entonces logramos alimentar bastante bien pero no llegamos al cien por ciento de estudiantes graduados, de saber en qué papel están actuando y finalmente se le hace evaluaciones de sugerencia que deberían mejorar para proyectar lo que se llama la malla académica, es decir tiene que tener la voz también por parte de los representantes de graduados cuando se elaboran las mallas curriculares, eso en

principio ha sido uno de los 4 ejes fundamentales que ha venido gestando, la administración la asume de manera más formal de acuerdo a las exigencias de la ley, primero fue Narcisa Medranda que cuando fue jefe de área también se le asignó el trabajo que tenía que hacer con seguimiento a graduados, después sigo yo y actualmente está Mauro Ruíz.

2) De la experiencia en la coordinación de Seguimiento a Graduados qué actividades recomendaría en la actualidad.

Mira yo sinceramente creo que guste o no necesitamos tener dos sintonías entre las necesidades que los graduados nos puedan ofrecer mediante un banco de preguntas que se les hace, nosotros hacemos unas encuestas y ellos en esas encuestas nos dicen que es lo que quiere que se les capacite, ahí hay un gran rubro y hemos logrado tener unas respuestas enormes e interesantes a discutir que nos llevaban horas a discutir en consejo de carrera, al menos en mi gestión... cuando yo recibía estas encuestas había unas serias reflexiones con los jefes de área porque ahí había algo que nos estaban diciendo los graduados y por ejemplo la última tendencia que logra gestarse con la maestría en nuevas tecnologías que tiene la carrera de comunicación es producto de esa evidencia que hacen los graduados, es decir la tendencia de la maestría no sale solamente de las narices de la directora de carrera, en esta oportunidad gracias al Seguimiento a graduados que aportó con su granito de arena para decir “oye lo que está pidiendo la gente que está graduada es un público que necesita mejorar en las nuevas tecnologías para manejar todo el tema de plataformas en redes, para manejar toda la cuestión de marketing digital y todo lo que tiene que ver con los community manager, es decir la maestría es un resultado de esto. Entonces las personas reciben esa retroalimentación, en este caso nosotros, porque los profesionales lo que están pidiendo es dos cosas: principalmente que exista la coparticipación en las actividades de la carrera, lo

hacen, hay un buen porcentaje que participa, por eso es importante la base de datos pues los demás de alguna manera no participan, pero en las reuniones que hemos tenido con los graduados en los encuentros de graduados, es súper interesante porque nosotros en las últimas 4 jornadas que hicimos para graduados logramos llenar arriba de 35 a 40 graduados que asistan a las capacitaciones que estábamos dando, eso para nosotros era importantísimo, cierto es que hemos graduado más de mil personas, pero 40 personas que nos lleguen profesionales de distinto nivel y que por lo regular están entre los que se acaban de graduar y los que ya llevan vieja data trabajando en los medios y en las posturas, que hayan podido asistir a estas jornadas en el promedio de 40 a 50 profesionales sin costo para ellos – ojo, esto ha costado de la universidad unas capacitaciones muy cortas pero sobre todo de acercamiento y de profundidad, pero los graduados lo que piden sinceramente es trabajo, y es una discusión seria por la universidad, porque no sé hasta dónde nosotros tenemos cierto grado de responsabilidad en conseguirles trabajos a los muchachos que se gradúan, pues la ley nos plantea no de manera directa, pero nos juegan el discurso sugestivo que eso debe hacerse, nosotros hicimos en mi gestión logramos posicionar una agenda en las redes sociales de la carrera y sobre todo en la página de Facebook de seguimiento a graduados, logramos hacer una fuerte y agresiva colocación de búsquedas de trabajo, de bolsas de empleo, nosotros todos los días publicábamos lugares en donde se necesitaban comunicadores y logramos incluso con una compañera de nosotros graduada, estaba trabajando en la presidencia de la república recuerdo y ella tenía un chat que era solo para comunicadores que necesitaban empleo en el país, y pudimos estar en ese chat y entonces nosotros a los chicos todos los días les pasábamos bolsas de trabajo y qué hacíamos para quedar la evidencia, recibíamos a través del correo las hojas de vida, y mandábamos nosotros las hojas de vida, es decir teníamos una base de datos de chicos que necesitaban

trabajo, logramos incorporar a algunos gracias a este método de trabajo, sin embargo incipiente porque uno de los problemas que tiene el seguimiento a graduados es la falta de un equipo de trabajo, el tiempo no alcanzaba, porque había tanto que hacer las horas administrativas que teníamos se nos comía el tiempo porque una de las críticas que hacíamos a los proyectos de vinculación y cuando nos reuníamos con las autoridades, era decir que no se puede hacer un seguimiento a graduados con una sola persona, eso es hasta irresponsable, porque para poder manejar una masa de graduados que realmente se interesen no lo puede hacer patricio no lo pudo haber hecho Narcisa o Mauro, tiene que ser una unidad, no hemos logrado eso sigue siendo Mauro que dentro de su tiempo de clases y en sus tiempos de horas administrativas que tiene y dentro de los tiempos que tiene cómo director del claustro y tiempos que tiene como director de tesis, es decir pues no nos alcanza el tiempo, si uno va a trabajar bien creo que esa sería una recomendación importante hacer, pero los graduados lo que exigen es: -Cómo me capacita – Como me sigo estrechando para que la universidad me tome encuesta. Porque hay muchos chicos que se gradúan y no consiguen trabajo, que es otras de las realidades y se sienten como que bueno para que estudie esto, ha habido un poco de motivación de seguirles generando bolsas de trabajo, espacios de que la academia siempre está con ellos, es decir un proceso de acompañamiento.

3) Para una buena interrelación con los graduados qué medios son los adecuados

Ahora son las redes, desde Twitter hasta mensajería, telegram todo lo que sea acceso por tecnología, ahora los profesionales están muy vinculados a la tecnología, es decir tiene muy poco tiempo entonces la única manera de comunicarse con ellos es a través de las redes para generar permanencia en mi época lo hacíamos desde Facebook no lo teníamos bien organizado cuando fuimos creando la plataforma de Facebook y cuando a mí me

encargaban lo de seguimiento a graduados al inicio no había un orden que teníamos que dar y yo por ejemplo me manejaba con mi base de datos de Facebook, pues yo casi tengo de 2000 a 1500 estudiantes agregados a mi perfil que te puedo decir que 900 son estudiantes graduados, muchos de ellos no te colaboran, pues no le interesa ya, pero hay muchos que sí, nos dimos cuenta eso muy temprano y empezamos a utilizar las plataformas desde las redes, y la primera fue Facebook, por irnos en sintonía con lo que tenía la carrera que fue Facebook también; creo que Mauro ha hecho extensivo a Twitter e Instagram, pero todo depende de ir escarbando de donde conseguir, por ejemplo puede que tú te hayas graduado y te pierda el contacto, yo sé que Vicky se graduó pero si te pierdo el contacto y quiero encontrarte después de 15 años, yo no sé dónde estarás pues, la base de datos que llegó a tenerse en secretaría era una base de datos de graduados, es decir quién es el que se gradúa, pero vaya usted a saber dónde está esa señorita, entonces era bien difícil, creo que el trabajo de seguimiento a graduados habrá que ver que expectativas se tiene, ahora me preocupa algo más que no se con el cambio de gobierno cuál es el perfil que le va a dar a seguimiento a graduados, hasta ahora se sigue manteniendo como lo que la ley exige, pero me temo a que no tendrá la misma exigencia a futuro, creo que pretenden a eso cambiar, pero hasta ahora se sigue manteniendo que el seguimiento a graduados es un punto álgido a la hora para evaluar la carrera, es decir qué nivel de capacidad tiene la carrera para poder unirse con sus graduados.

Anexo 14

Matriz Encuesta Seguimiento a Graduados Comunicación

Matriz Encuesta

Fecha: Desde el 10 de diciembre hasta el 14 de diciembre	Encuestados:	Responsable: María Victoria Montesdeoca Cedeño
Objetivo General:		
Pregunta 1: Selecciona tu año de graduación	Detalle: Se solicita al encuestado escoja su año de graduación en la UPS. Los rangos se establecieron desde el año 2000 hasta el año 2020.	
Pregunta 2: Señala la mención de tú titulación	Detalle: Se solicita al encuestado escoja la mención de su carrera. Entre las opciones están: Periodismo de Investigación, Multimedios, y Comunicación y desarrollo.	
Pregunta 3: Indica tu situación laboral	Detalle: Se solicita al encuestado escoja su situación laboral actual. Entre el rango de opciones están: Empleado Público, Empleado Privado, Independiente y Desempleado para quienes no están trabajando	
Pregunta 4: Desempeñas tus actividades laborales conforme tu titulación	Detalle: Se solicita al encuestado especifique si su situación laboral actual está vinculada con su profesión Comunicación Social o no.	
Pregunta 5: Sigues la fan page Seguimiento a graduados, empleabilidad y bolsa de empleo	Detalle: Se solicita al encuestado responda sí o no si sigue la fan page en Facebook de Seguimiento a Graduados, empleabilidad y bolsa de empleo.	
Pregunta 6: Califica las publicaciones que se	Detalle: Se solicita al encuestado califique las publicaciones que se realizan en la fan page de acuerdo con	

realizan en la fan page de Seguimiento a Graduados	su consideración. En los rangos de 5 siendo Excelente, 4 Muy bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Malo
Pregunta 7: Cuál de las secciones es de mayor interés en la fan page de Seguimiento a Graduados	Detalle: Se solicita al encuestado indique cuál de los diferentes temas que se publican en la fan page de Seguimiento a graduados son de su interés. En el rango se encuentran Graduados al aula, Graduados en el extranjero, Bolsa de empleo y Otros.
Pregunta 8: Te has inscrito en la Bolsa de Empleo de la UPS	Detalle: Se solicita al encuestado indique si se ha inscrito en la bolsa de empleo de la Universidad Salesiana, respondiendo sí o no.
Pregunta 9: Señala las redes sociales que más utilizas y que te gustaría mantener información con la coordinación de seguimiento a graduados.	Detalle: Se solicita al encuestado indique cuál o cuáles son las redes sociales que más utiliza. Entre el rango de opción múltiple se encuentran: Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Telegram, WhatsApp, Todas las anteriores.
Pregunta 10: Define en orden de prioridad tres cursos que complementen tu formación académica y que	Detalle: Se solicita al encuestado escribir tres cursos complementarios que le gustaría la Universidad dictará, y escriba de acuerdo con sus prioridades entre 1 el más importante y 3 el menos importante pero todos necesarios para su desarrollo laboral.

influyan en el ambiente laboral.	
-------------------------------------	--

Anexo 15:

Encuesta Seguimiento a Graduados

URL:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScGL_q8q1djSeVJ8wvko0gb3s43J0mB7Y50bEUxoBZrpGzo9A/viewform

Seguimiento a Graduados Comunicación

La información que se proporcione es de carácter anónimo, será de utilidad para un trabajo de titulación. Solicito su ayuda respondiendo las siguientes preguntas.

***Obligatorio**

1. Selecciona tu año de graduación *

Elige

 Esta pregunta es obligatoria

Elige	a Grad
2000	2013
2001	2014
2002	2015
2003	2016
2004	2017
2005	2018
2006	2019
	2020

2. Señala la mención de tu titulación *

Elige

Periodismo de Investigación

Multimedios

Comunicación y Desarrollo

3. Indica tu situación laboral *

Elige

Elige

Empleado Público

Empleado Privado

Independiente

Desempleado

idades laborales conforme tu titulación *

imiento a graduados, empleabilidad y bolsa de empleo

4. Desempeñas tus actividades laborales conforme tu titulación *

Elige

Si

No

Seguimiento a graduados, empleabilidad y bolsa de empleo

5. Sigues la fan page Seguimiento a graduados, empleabilidad y bolsa de empleo *

Elige

Si

No

Página 1 de 3

de Formularios de Google.

6. Califica las publicaciones que se realizan en la fan page de Seguimiento a Graduados *

Elige

Excelente

Muy bueno

Bueno

Regular

Malo

7.Cuál de las secciones es de mayor interés en la fan page de Seguimiento a Graduados *

- ☐ Graduados al aula
- ☐ Graduados en el extranjero
- ☐ Bolsa de empleo
- ☐ Otros

8. Te has inscrito en la Bolsa de Empleo de la UPS *

Si ▼

9. Señala las redes sociales que más utilizas y que te gustaría mantener información con la coordinación de seguimiento a graduados. *

- ☐ Facebook
- ☐ Twitter
- ☐ LinkedIn
- ☐ Youtube
- ☐ Telegram
- ☐ Whastapp
- ☐ Todas las anteriores

10. Define en orden de prioridad tres cursos que complementen tu formación académica y que influyan en el ambiente laboral. *

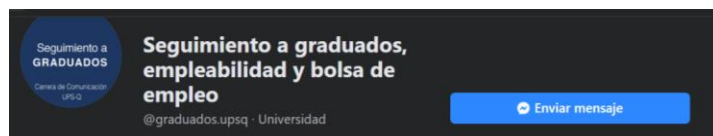
Por favor escriba de acuerdo al ejemplo Opción 1: Branding Personal Opción 2: Periodismo Digital y Opción 3 : Gestión de Crisis e Imagen Pública

Tu respuesta

Anexo 16

Fan Page: Seguimiento a graduados, empleabilidad y bolsa de empleo con 963 seguidores.

Link: <https://www.facebook.com/graduados.upsq>



Anexo 17

Perfil Personal Seguimiento a graduados

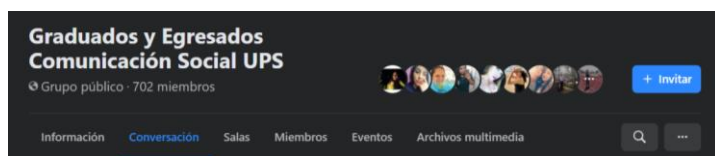
Link: <https://www.facebook.com/graduados.carreracomunicacion.1/about>



Anexo 18

Grupo Graduados y Egresados carrera de comunicación UPS

Link: <https://www.facebook.com/groups/872723569501995>



Anexo 19

Esquema para elaborar estrategias de comunicación, elaborado por el Mg. Mauro Ruíz.

Esquema estrategias de comunicación

1.- Definición del marco estratégico

2.- Análisis de situación actual

3.- Objetivos organizacionales y objetivos de comunicación

Objetivos operativos	Objetivos de comunicación

4.- Públicos objetivos

5.- Mensajes

Públicos objetivos	Qué necesitan saber	Mensajes clave
Público A	Objetivo A	Mensaje A
	Objetivo B	Mensaje B
Público B	Objetivo A	Mensaje A
	Objetivo B	Mensaje B
Público C	Objetivo A	Mensaje A
	Objetivo B	Mensaje B

6.- Canales de comunicación

Público objetivo	Mensajes clave	Canales de comunicación
Público A	Mensaje A	
	Mensaje B	
Público B	Mensaje A	
	Mensaje B	
Público C	Mensaje A	
	Mensaje B	

7.- Programación

8.- Medir y evaluar